



TERRITORIO TURISTICO  
BOLOGNA-MODENA

**Allegato 2)**

# **P.T.P.L. 2022 BOLOGNA**

## **FILONE 2 INIZIATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA DI INTERESSE LOCALE**

## INDICE PROGETTI

1) Comune di Sasso Marconi - Fotogrammi: storie in Appennino	3
2) Imola Faenza Tourism Company s.c.a.r.l. - Heritage collection: passeggiate patrimoniali nell'area imolese	6
3) Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese - Lagolandia 2022	9
4) Unione Reno Galliera - Educare il territorio: tour ed esperienze per lo sviluppo di servizi turistici nell'Unione Reno Galliera	12
5) Unione dei Comuni Savena Idice - Scoprire il Territorio tra il Savena e l'Idice con la e-bike"	14
6) Comune di Castenaso - Alti e Bassi, dalla collina alla pianura – II edizione	17
7) Comune di Dozza -FANTASTIKA “Il volo del drago” – VI^ EDIZIONE della Biennale d'illustrazione	22
8) Comune di Zola Predosa - “Zola Jazz & Wine...nel territorio 22^ edizione	26
10) YODA - IT.A.CÀ migranti e viaggiatori: festival del turismo responsabile	34
11) Comune di Castel San Pietro Terme - La Notte Celeste 2022 – Terme in Festa	39
12) Comune di Imola - Bacchanale 2022, Rassegna culturale ed enogastronomica	42
13) Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese - Appennino in tavola	45
14) Comune di Alto Reno Terme - Musica e Natura in Appennino	47
15) Nuovo Circondario Imolese - Be in wonder land – culture sport nature in Imola area	50
16) Associazione Montagnamica – Forni e fornai 2022	53
17) Associazione turistica Pro Loco di Castel San Pietro Terme APS - L'Antico Castello - Dante primo turista tra Emilia e Romagna	55
18) Città metropolitana di Bologna nel ruolo di Destinazione turistica	58
Tabella di sintesi	60

1) **Comune di Sasso Marconi - Fotogrammi: storie in Appennino**

**P.G. n. 64802/2021**  
**Integrazioni P.G. n. 65195.2021**  
**P.G. n. 67955.2021**  
**P.G. n. 68657.2021**

**ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO**

1. Comune di Monghidoro
2. Comune di Monte San Pietro
3. Comune di Alto Reno Terme
4. Comune di Loiano
5. Comune di Casalecchio di Reno
6. Altri comuni che eventualmente aderiranno in una seconda fase
7. Appennino Slow
8. UIT Sasso Marconi
9. IAT Colli Bolognesi
10. IAT Monghidoro
11. IAT Alto Reno Terme

**DESCRIZIONE SINTETICA**

“Fotogrammi: storie in Appennino” è un progetto che vede la valorizzazione del territorio appenninico attraverso l’individuazione e la narrazione di location di famosi film, fiction, documentari. L’idea prende spunto dal progetto innovativo della Regione Emilia Romagna dedicato ai 4 grandi registi cinematografici emiliano romagnoli (Federico Fellini, Bernardo Bertolucci, Giovannino Guareschi e Pier Paolo Pasolini) per sviluppare itinerari e rafforzare quindi anche l’immagine di Bologna quale Città della Cultura creando proposte di qualità anche nell’area metropolitana a tema cinema (uno dei filoni “Special Interest” delle Linee di indirizzo pluriennale della Destinazione Turistica). Riprende inoltre la promozione iniziata con il depliant “I luoghi di Pupi Avati, Gino Pellegrini e Giorgio Diritti” affiancandosi nella creazione e verifica di fruibilità di nuovi itinerari relativi a questo tema.

Gli obiettivi principali di questo progetto:

- Rafforzare l’identità territoriale della Destinazione;
- Qualificare l’offerta turistica in ottica sistemica verificando la fruibilità dei servizi e lo standard qualitativo;
- Promuovere l’immagine del territorio attraverso le sue specificità ed eccellenze;
- Creare una rete di informazioni tra uffici turistici dell’Appennino e il punto centrale eXtraBO per un piano di comunicazione condiviso;
- Destagionalizzare l’offerta e individuazione di un prodotto turistico continuativo da far sviluppare e promo-commercializzare da imprese del comparto turistico.

L’Appennino è stato in più momenti location di set televisivi e cinematografici fin da metà ‘900 ad oggi (si pensi che proprio il 24 ottobre scorso la Via Porrettana lungo la Valle del Reno è stata chiusa al traffico per girare “Diabolik” dei Manetti Bros).

Con questo progetto vorremmo proporre un’offerta turistica che parta dalla valorizzazione dei luoghi utilizzati

per set televisivi cinematografici ed anche quale memoria documentale su “Grandi figure” del nostro appennino (Guglielmo Marconi, Enzo Biagi Giuseppe Dossetti solo per citarne alcuni)

Gli eventi potranno inoltre essere di supporto al cartellone di iniziative di Bologna Estate, ritenendo che il cinema possa essere uno dei tratti distintivi in ambito metropolitano per valorizzare i luoghi del nostro patrimonio sociale, culturale, storico, artistico e naturalistico.

## **AZIONI**

### 1. Individuazione e promozione Passeggiate e itinerari sui set dell'Appennino

Individuare itinerari che abbiamo una fruibilità in diversi modi (in autonomia, in gruppo, in giornata, più giorni...), valutarne l'appetibilità e l'accessibilità ai servizi significa creare un nuovo prodotto turistico (di nicchia) che possa portare una ricaduta economica continuativa sul territorio. La campagna di comunicazione verterà sulla valorizzazione dei luoghi in ottica di area metropolitana

- a) Analisi e definizione del prodotto turistico: creazione degli itinerari (alcuni a piedi o su due ruote, altri con spostamenti attraverso l'auto o i mezzi pubblici) e dei pacchetti turistici
- b) Passeggiate brevi, accessibili a tutti, intorno ai luoghi di interesse, organizzate in gruppo e con guida, particolare attenzione verrà data a itinerari accessibili anche a persone con disabilità motorie visive acustiche.
- c) Itinerari tracciati e ben definiti, accessibili in autonomia seguendo le indicazioni della “moviemap dell'Appennino”
- d) Pacchetti turistici dai 2 ai 4 giorni in gruppo o per individuali su richiesta

### 2. Comunicazione

Attività di promozione e comunicazione che valorizzino una modalità operativa e tutti i soggetti coinvolti a partire dalle Istituzioni

- a) Definizione di una campagna di comunicazione in linea con le attività promozionali di DMO
- b) Creazione di una mappa cartacea dei luoghi divenuti set televisivi o cinematografici dei comuni coinvolti dal progetto anche come integrazione di materiali già disponibili prodotti da Extrabo/ Regione ecc
- c) Creazione parallela di una google map digitale ( o integrazione dei materiali su strumenti digitali già disponibili) su cui caricare contenuti multimediali quali video (spezzoni dei film, delle serie, dei documentari ) e immagini. La mappa digitale non sarà solo uno strumento per conoscere il territorio ma anche di confronto tra viaggiatori che potranno condividere luoghi, location e film e discuterne insieme.
- d) Definizione di una campagna di comunicazione (siti e social) per tutti gli uffici turistici del territorio coordinata con eXtraBO per una linea comune che rafforzi e sia a supporto della promozione della Destinazione
- e) Realizzazione di un video promozionale ed emozionale sui luoghi del cinema (30” per i social, 1’ per gli altri canali, reportage di 7-8 minuti da lanciare prima delle proiezioni dei film)
- f) Stampa di alcuni materiali cartacei di promozione degli eventi

### 3. Organizzazione di eventi:

Organizzazione di eventi (minimo 3) qualificati e qualificanti che partendo dalle location sviluppino e valorizzino i luoghi del nostro patrimonio sociale, culturale, storico, artistico e naturalistico attraverso mostre,

proiezioni, spettacoli, momenti esperienziali;

Prima di definire il programma nel dettaglio verranno studiate le location meno note e con i comuni aderenti al progetto verrà definito un calendario che prevederà:

- Evento di apertura (a Monghidoro) ad inizio estate sulla tematica della II Guerra Mondiale con la proiezione di pellicole che hanno interessato i luoghi dell'appennino (a puro titolo esemplificativo: L'uomo che verrà (2009) di Giorgio Diritti, Teresa (1951) di Fred Zinnemann, Nobili Bugie (2017) di Antonio Pisu ecc)
- Eventi estivi:
  - a. Itinerari, proiezioni, spettacoli ed altro dedicati al giallo, al fantasy e al mistero (film serie documentari girati in appennino (a titolo esemplificativo: L'ispettore Coliandro di C. Lucarelli, Diabolik dei Manetti Bros, Il Mostro della cripta con Lillo ecc)
  - b. Itinerari, proiezioni, spettacoli ed altro dedicati ai luoghi dei documentari sulle "grandi figure" dell'Appennino: Marconi Enzo Biagi Dossetti ecc.
- Evento conclusivo a Sasso Marconi con un focus dedicato a Nik Novecento (mostra – proiezioni, incontri) e ai luoghi di Guglielmo Marconi (partendo dal video di Matteo Parisini, giovane regista di Sasso Marconi, che ha realizzato recentemente un documentario commissionato dalla Città metropolitana e dal Comune di Sasso Marconi).

## **MERCATI DI INTERVENTO**

Nell'individuazione dei mercati abbiamo fatto riferimento alle indicazioni delle Linee di indirizzo pluriennali 2021-2023 ed anche alle conseguenze (e alla precarietà) della pandemia ancora in corso individuando il turismo nazionale e di prossimità quale mercato di riferimento, considerando anche la tematica culturale.

## **SEGMENTI DI DOMANDA**

Individuali, piccoli gruppi organizzati

Buyer Personas:

Appassionati di cinema ma anche televisione, di arte, alla ricerca di proposte culturali diverse ma con contenuti originali ed interessanti. Giovani e studenti delle scuole di cinema o videomaker che vogliono conoscere i set cinematografici "outdoor"

**COSTO TOTALE DEL PROGETTO € 38.000,00**

**SPESE AMMISSIBILI € 38.000,00**

**PUNTEGGIO 85/100**

**FASCIA DI VALUTAZIONE ALTA**

**CONTRIBUTO CONCESSO € 17.100,00**

**2) Imola Faenza Tourism Company s.c.a.r.l. - *Heritage collection: passeggiate patrimoniali nell'area imolese***

**P.G. n. 64948/2021**

**ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO**

1. Comuni del Nuovo Circondario Imolese
2. Ente di Gestione Parchi e Biodiversità – Romagna
3. Oasi naturalistica il Quadrone (Coop. L.A.C.M.E.)
4. Autodromo Enzo e Dino Ferrari di Imola
5. Terme di Castel San Pietro
6. Enoteca Regionale dell'Emilia Romagna (Dozza)
7. ASCOM, CONFESERCENTI, CIA e COLDIRETTI Imola/Bologna
8. Aziende Agricole, strutture ricettive, ristoranti, operatori locali
9. Noleggiatori bike
10. Golf Club Le Fonti Castel San Pietro Terme
11. Consorzio del Marrone di Castel del Rio
12. Osservatorio Nazionale Miele
13. CONAPI Consorzio Nazionale Apicoltori
14. Consorzio Tutela Cipolla di Medicina
15. Istituto Alberghiero “Bartolomeo Scappi” di Castel San Pietro Terme
16. Guide turistiche e guide specializzate bike
17. Musei Civici Imola
18. Fondazione Dozza Città d'Arte
19. Ceas Nuovo Circondario
20. Associazione i Portici di Medicina
21. Associazioni Pro Loco dei Comuni del Circondario
22. Castel Guelfo Outlet
23. Uffici IAT/UIT del Nuovo Circondario Imolese
24. Punto eXtraBO

**DESCRIZIONE SINTETICA**

Sono molteplici le forme di turismo culturale. Ad esempio, è cresciuto rapidamente un tipo di turismo definito “turismo del paesaggio culturale”, di cui poco si sapeva in Italia fino a qualche anno fa e che ha caratteristiche molto diverse dal classico “sightseeing” nelle città d'arte. Si svolge principalmente in aree non urbane, con soggiorni lunghi e si appoggia su un concetto più ampio di cultura, che include paesaggi, produzioni tipiche, artigianato, etc. oltre a monumenti e musei. Il territorio del circondario imolese è ricco di quegli elementi di eccellenza (culturali, produttivi e ambientali) che possono essere associati ad una tutela ed una fruizione corretta del paesaggio culturale (urbano, rurale, produttivo, patrimonio immateriale), come pure alla conservazione e valorizzazione delle identità culturali e produttive locali - un approccio che integri il turismo

culturale alla conservazione dei beni culturali e dell'ambiente, mettendo in risalto la stretta relazione fra sviluppo turistico, crescita economica e conservazione del patrimonio culturale ed ambientale, è essenziale per la promozione di forme di turismo responsabile.

In questo ambito si inseriscono perfettamente le “heritage collection”, percorsi che diventano una vera e propria “collezione” di valori storici e culturali disseminati nel territorio, che legano musei e mostre con eventi culturali, monumenti con elementi della cultura locale, delle tradizioni artigianali ed enogastronomiche, etc. Un trait d’union di risorse, un forte senso di appartenenza territoriale che si evolvono in valore turistico.

Infatti, tutti i viaggiatori ricercano in occasione dei loro viaggi gli elementi che caratterizzano le tradizioni e la cultura di un popolo, i loro riti ed usanze. E’ desiderio di tutti coloro che visitano una località comprendere i valori di quella particolare città, la sua storia, anche attraverso le relazioni personali con i residenti. E’ indubbio che uno degli elementi caratterizzanti il turismo moderno sia quello della ricerca dell’ “esperienza rituale”, vale a dire la conoscenza dei riti che caratterizzano il vivere di un territorio, perché ciò diventa emozione ancora prima che esperienza. Ecco allora che, con questo progetto, si intende anche far sì che le “collezioni/passeggiate” siano arricchite di “eredità” immateriali raccontate da residenti (volontari che non andranno a sostituirsi alle guide turistiche), ambasciatori accoglienti che accompagnano i turisti alla scoperta dei luoghi che loro stessi frequentano, attraverso i percorsi della loro quotidianità e delle loro preferenze.

Un invito, quindi, ad un nuovo modo di vivere il soggiorno, e cioè attraverso le abitudini ed i riti dei residenti: un’esperienza concepita e realizzata da coloro che vivono e lavorano in un territorio specifico e con cui hanno particolare affinità storica e culturale, nella memoria e/o di esperienza personale. In sintesi le passeggiate patrimoniali mirano a:

- scoprire o riscoprire la preziosità che il territorio offre
- vivere esperienze personali o fare proprie le esperienze degli abitanti/testimoni
- conoscere nuovi aspetti di luoghi che si credeva conosciuti nella loro totalità
- acquisire diversi saperi
- ... sorpresa, divertimento, emozioni.

Inoltre, il progetto persegue le seguenti finalità turistiche:

- presentare il territorio del circondario imolese come territorio ricco di molte opportunità da vivere tutto l’anno;
- incrementare l’appeal ed il posizionamento turistico (l’obiettivo è quello di innalzare l’attuale posizionamento del territorio di IF nel suo complesso nella mappa turistica, agendo su tematiche che sappiano essere in linea con le tendenze del mercato nazionale ed internazionale);
- incrementare la permanenza media degli ospiti;
- implementazione della diffusione territoriale (l’obiettivo è quello di favorire una diffusione dei benefici sull’intero ambito territoriale, perché ciò aumenta la durata del possibile soggiorno e valorizza i tanti elementi di eccellenza che lo stesso territorio può offrire);
- curare con attenzione la brand equity (l’obiettivo è quello di migliorare il brand territoriale, lavorando su un mix fatto di comunicazione efficace, fedeltà degli ospiti, prodotti turistici, qualità dei servizi, etc.)

## AZIONI

1. censimento e mappatura del patrimonio di beni materiali (monumenti, vie, percorsi, prodotti tipici, etc.) e immateriali (arti, mestieri, tradizioni) presenti nei territori;
2. comunicazione ai residenti per trovare gli “ambasciatori”: si attiverà attraverso una comunicazione

- pubblica ai cittadini – sia online su social e web, sia cartacea con uscite promozionali su stampa locale – nella quale si inviterà i residenti stessi a diventare “ambasciatori del territorio”, spiegando loro le finalità dell’iniziativa; seguirà una fase di selezione una volta raccolte le candidature: incontri con i candidati per selezionare le persone più idonee per svolgere questa attività di volontariato;
3. ideazione di passeggiate/percorsi/itinerari tematici che legano musei e mostre con eventi culturali, monumenti con elementi della cultura locale, delle tradizioni artigianali ed enogastronomiche, etc.
  4. realizzazione e stampa materiali promozionali dedicati (depliant, brochure, mappe, video, gadget, etc.);
  5. azioni di comunicazione (attivazione ufficio stampa, pubblicità su stampa locale e nazionale, campagne di social marketing e web marketing, etc.) e di promozione (distribuzione materiali in occasione di fiere ed eventi, nonché presso gli info point territoriali);
  6. realizzazione di un press tour dedicato a giornalisti e blogger.

### **MERCATI DI INTERVENTO**

In merito ai mercati ed ai target di riferimento per l’anno 2022, considerando che potrebbero ancora esserci delle problematiche legate alla situazione pandemica, la scelta è ovviamente prudente (mercato domestico, regioni di prossimità e italiano). Le azioni del progetto si rivolgeranno, quindi prevalentemente all’area di prossimità, al turista italiano e, se possibile, a quello proveniente dai paesi esteri di vicinanza, in particolare da quelli di lingua tedesca (Germania, Austria, Svizzera, Belgio, Olanda), dalla Francia e dal nord Europa. Tali mercati hanno già dato anche negli anni precedenti buoni risultati in termini di presenze.

### **SEGMENTI DI DOMANDA**

Le attività sono studiate per un target orientato prioritariamente alla visita dei piccoli borghi, di aree extraurbane interne poco conosciute anche se di prossimità, aree rurali e appenniniche, dei parchi naturali ed oasi protette, lungo cammini e vie storiche, ciclovie e strade a basso traffico, nei luoghi di benessere e buon vivere. Le attività sono pensate non solo per individuali, ma anche per famiglie e piccoli gruppi.

**COSTO TOTALE DEL PROGETTO € 8.381,40**

**SPESE AMMISSIBILI € 6.870,00**

**SPESE NON AMMISSIBILI € 1.511,40 (IVA)**

**PUNTEGGIO 85/100**

**FASCIA DI VALUTAZIONE ALTA**

**CONTRIBUTO CONCESSO € 3.091,50**

### 3) Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese - *Lagolandia 2022*

**P.G. n. 64217/2021**

#### **ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO**

1. Comuni di Camugnano, Castel Di Casio, Castiglione dei Pepoli, Monzuno, San Benedetto Val Di Sambro
2. Enea Centro Ricerche del Brasimone
3. Bologna Welcome
4. Macro Area dell'Emilia Orientale
5. Confcommercio
6. Associazione Culturale Boschilla

#### **DESCRIZIONE SINTETICA**

LAGOLANDIA nasce nel 2014 come iniziativa culturale di promozione dei laghi di Brasimone e

Suviana (Comune di Camugnano), resa possibile grazie al finanziamento ottenuto dal PSR 2007-2014 / GAL Appennino Bolognese/misura 413, nell'ambito del progetto "Eccellenze agroalimentari da ILaghiDiBologna alla Città Metropolitana".

Il progetto muove dall'intenzione di valorizzare le bellezze ambientali del territorio e le sue eccellenze, attraverso modalità di fruizione ed esplorazione originali e un programma di iniziative volte a rilanciare il dinamismo locale e i flussi turistici della zona appenninica, con l'obiettivo di scoprire nuove forme dell'abitare e del turismo sostenibile.

Il nome rimanda volutamente all'idea di parco tematico, del divertentismo e dei mondi "artificiali" tradizionalmente legati a questo tipo di strutture, ma ne interpreta in modo particolare il significato, dimostrando come possa essere lo stesso ambiente naturale e paesaggistico a rivelarsi attrattivo: riscoprire e frequentare luoghi e situazioni sani e sensati, per riprendersi dall'anestesia dell'inquinamento cittadino o per rinsaldare le radici della propria appartenenza.

Il progetto si è basato sulla condivisione, sulla consapevolezza e il rispetto dell'ambiente, e sull'approfondimento di tematiche sociali di rilievo, come l'attenzione per il territorio, i beni comuni, le risorse energetiche. L'intenzione è costruire un micro-mondo positivo dove l'utenza possa partecipare attivamente, attraverso un approccio genuino, positivamente "grezzo" e schietto, e grazie a una interpretazione contemporanea degli usi e dei costumi autentici della tradizione locale: da qui il concept del "ritorno alla villeggiatura" e la costruzione di reti ed economie di prossimità come approccio manageriale, per riattualizzare quell'epoca non lontana in cui relax e svago nelle "stazioni climatiche", a pochi chilometri dalle città, erano abituali.

Nel triennio 2014-2016 il progetto si è sviluppato e integrato con i territori e le comunità locali, ampliando il proprio network di collaborazioni e supporti, e dimostrando un'attrattività turistica rilevante. Nel 2017 la decisione, fortemente voluta dall'Unione Appennino Bolognese e dai comuni di Camugnano e Castiglione dei Pepoli, di estendere la progettualità, coinvolgendo attivamente anche i Comuni di San Benedetto Val di Sambro e Castel di Casio. L'edizione 2017 ha costituito quindi un punto di svolta rispetto alle precedenti, prevedendo un ampliamento tanto territoriale (da due a quattro laghi) quanto temporale (da uno a tre fine settimana) dell'evento, confermato poi nelle edizioni successive.

Oggi Lagolandia si sviluppa su tre weekend estivi e coinvolge cinque laghi e relative aree territoriali circostanti (il lago di Castel dell'Alpi, i bacini di Brasimone, Suviana, Santa Maria, lago di Riveggio), confermandosi, edizione dopo edizione, tra i protagonisti del cartellone estivo della montagna bolognese e

dal 2019 anche di Bologna Estate.

### LAGOLANDIA 2022

Archiviata la settima edizione - condizionata nel format, ma non nei numeri, dall'emergenza sanitaria dovuta al Covid-19 -, Lagolandia nel 2022 ritorna alla sua architettura originaria, concentrando le iniziative su tre weekend estivi, indicativamente tra luglio e agosto, e riappropriandosi del bordo-lago. Per il prossimo anno la struttura di ciascun fine-settimana è confermata come segue:

QUANDO		COSA
SABATO	mattina&pomeriggio	Sentieri culturali alla scoperta del territorio + attività (laboratori artistici e scientifici/incontri/presentazioni di libri) nei campi-base a bordo lago
	tardo pomeriggio o sera	spettacolo teatrale concerto
DOMENICA	mattina&pomeriggio	Sentieri culturali alla scoperta del territorio + Attività (laboratori artistici e scientifici/incontri/presentazioni di libri) nei campi-base a bordo lago

I "sentieri culturali" rimangono il fulcro della manifestazione: esplorazioni tematiche condotte da una guida ambientale e un ospite di rilievo, che interpreta il cammino secondo la propria sensibilità e competenza: lezioni en plein air, letture, performance live vengono aggregati in un programma dalle diverse durate e diversi livelli di difficoltà, grazie al coinvolgimento di autori, artisti, scienziati, docenti, intellettuali e camminatori, che arrivano sull'Appennino bolognese per condividere le proprie esperienze e raccontare in modo inedito il nostro paesaggio. Ciascuna proposta è elaborata secondo una logica di qualità, originalità e pertinenza dell'offerta per il territorio di riferimento, e sul coinvolgimento dello spettatore come parte attiva.

Si ipotizzano mediamente 6/8 sentieri per fine settimana, tutti con partenza e arrivo al campo-base allestito a bordo lago, grazie anche all'utilizzo di navette per il trasporto dei gruppi.

I campi-base a bordo lago sono dei micro-mondi di attività varie di intrattenimento e approfondimento culturale, che generalmente coniugano iniziative per bambini, incontri, laboratori, reading e live musicali. Tra un'attività e l'altra non mancano, infine, momenti di svago e relax, tra ombrelloni e sedie rigorosamente vintage.

La programmazione serale, infine, è volta a incentivare la permanenza del pubblico sul territorio e prevede, a seconda della location, una proposta musicale live o la messa in scena di uno spettacolo teatrale. In particolare, per il 2022, gli organizzatori auspicano di poter ripetere la fortunata esperienza del 2019 all'interno dell'Edificio PEC del Centro di Ricerche Enea Brasimone, che per la prima volta nella sua storia ha ospitato uno spettacolo teatrale, offerto dalla compagnia Archivio Zeta e premiato con due repliche sold out.

### Preview ospiti 2022

In qualità di guide dei sentieri culturali: Franco Farinelli (geografo e scrittore), Luca Mercalli

(meteorologo e climatologo), Vittorio Monzoni (esperto ambientale), Elisa Magnani (geografa), Riccardo Tesi (musicista ed intellettuale), Neri Marcorè (attore), Andrea Garreffa (camminatore, guida ambientale), Giovanni Cattabriga Wuming 2 (scrittore e camminatore), Alessandro Bonaccorsi (illustratore), Nilza Costa (cantante), Lorenzo K. Stanzani (regista), Enza Prestia (musicista), Vito Paticchia (scrittore e camminatore).

Laboratori per adulti e bambini con Tecnoscienza, Hydrosynergy, LEILA, Officina 15, Davide Fischanger, Massimo Vital.

Lagolandia 2022 sarà concepita in modo da tener conto della garanzia di fruibilità di tutti, anche per gli ospiti che presentino esigenze speciali, prevedendo un'organizzazione che renda semplice e sicura l'esperienza per ciascun turista.

Il festival non prevedendo allacciamenti enel, allestimenti di palchi, e alcun consumo del territorio, si inserisce perfettamente nell'esigenza richiesta di una precisa sostenibilità ambientale.

## **AZIONI**

1. In sintonia con i programmi di promozione turistica della Destinazione (PPCT), sono previste azioni per creare bretelle collegate agli importanti itinerari/cammini che attraversano questo territorio: Via della Lana e della Seta, Via Degli Dei, Linea Gotica, Mater Dei
2. In collaborazione con Bologna Welcome, con il supporto di extrabo e della Redazione Appennino, il programma di Lagolandia 2022 sarà inserito nelle offerte che la città di Bologna, promuove per il territorio, oltre ad essere inserito nel cartellone di Bologna Estate.
3. Per favorire una mobilità sostenibile, in collaborazione con il progetto Smaker, sarà organizzato un servizio di pronto bus a chiamata.

## **MERCATI DI INTERVENTO**

La strategia per i mercati anche per il 2022, sperando che si possa al più presto archiviare la tremenda pagina della pandemia, sarà improntata soprattutto sul turismo di prossimità, cercando di consolidare l'idea cardine alla quale abbiamo lavorato in questi anni: riattualizzare l'epoca, non lontana, in cui i laghi rappresentavano l'idea di un relax e svago dei cittadini bolognesi.

## **SEGMENTI DI DOMANDA**

Il progetto è stato concepito per raggiungere questi diversi segmenti di domanda: rurale sportivo, rurale benessere, pleasure. Per soddisfare tali profili il progetto ha potenziato offerte legate ai percorsi ed agli itinerari, alle visite guidate, ad un'attività enogastronomica e alla scoperta delle emergenze culturali di questo territorio. Il tutto attraverso un approccio slow e sostenibile.

**COSTO TOTALE DEL PROGETTO € 37.820,00**

**SPESE AMMISSIBILI € 37.820,00**

**PUNTEGGIO 85/100**

**FASCIA DI VALUTAZIONE ALTA**

**CONTRIBUTO CONCESSO € 17.019,00**

**4) Unione Reno Galliera - Educare il territorio: tour ed esperienze per lo sviluppo di servizi turistici nell'Unione Reno Galliera**

**P.G. n. 64754/2021**

**ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO**

1. Associazioni di categoria commercio, agricoltura, guide turistiche e escursionistiche ambientali;
2. Museo della Civiltà Contadina-Istituzione Villa Smeraldi;
3. Museo MAGI '900;
4. EmilBanca (Quadreria del ritiro San Pellegrino presso sede di Argelato);
5. Sustenia;
6. Pro Loco Unione Reno Galliera.

**DESCRIZIONE SINTETICA**

A seguito del positivo riscontro del progetto realizzato nell'anno 2021 e rilevato il bisogno di una conoscenza approfondita delle emergenze turistiche da parte degli operatori economici in ambito turistico, il progetto intende riproporre una serie di 'esperienze dirette' sul territorio riservate a operatori economici, associazioni di categoria, professionisti e associazioni che intendono sviluppare proposte turistiche per questa porzione di pianura. Le iniziative in programma consistono in escursioni in bicicletta o con un servizio di transfer, della durata di mezza giornata o giornata intera, su tutto il territorio dell'Unione Reno Galliera con particolare riguardo alle due principali ciclovie (la ciclovia del Navile e la ciclovia del Reno) e alla rete delle piste ciclabili della Bicipolitana, alla scoperta dei più significativi punti di interesse caratterizzati da attrattività turistica.

Il progetto si svilupperà indicativamente nel periodo maggio – settembre 2022, nel rispetto di eventuali disposizioni per il contenimento della pandemia.

Si prevede la realizzazione di almeno 6 appuntamenti, preceduti da un momento formativo in aula.

Oltre alle iniziative di esperienza diretta, verrà realizzato un opuscolo informativo sul territorio dell'Unione Reno Galliera con le informazioni sui principali attrattori e sulla rete delle ciclovie: un prodotto costruito in linea con il materiale promozionale della Destinazione Turistica, in lingua italiana e inglese, destinato alla promozione presso i punti informativi di eXtraBo e del territorio della pianura bolognese ma soprattutto presso le attività ricettive dell'Unione Reno Galliera.

Gli obiettivi del progetto sono:

- stimolare lo sviluppo di proposte turistiche nel territorio, con uno sguardo privilegiato allo sviluppo di una nuova imprenditoria giovanile, con l'intenzione di:
  - a. educare alla realizzazione di proposte nella pianura bolognese sfruttando le principali infrastrutture per il cicloturismo;
  - b. valorizzare i principali attrattori turistici del territorio (aree naturalistiche, patrimonio culturale e rurale della pianura bolognese, food) attraverso una integrazione dei servizi afferenti ai diversi settori (agricoltura, trasporti, commercio);
- sviluppare strumenti di promozione turistica del territorio in grado di garantire un'informazione in linea con il piano di comunicazione della Destinazione Turistica e l'immagine coordinata della DMO, in particolare con il materiale promozionale di eXtraBO;
- sostenere l'integrazione tra turismo e iniziative culturali, nonché l'integrazione tra proposte di diversi ambiti territoriali della Destinazione Turistica, per una proposta di turismo culturale fortemente

integrato con le altre azioni del territorio metropolitano.

Le iniziative si svolgeranno concentrando l'esperienza su:

- aree naturalistiche, quali Golena San Vitale, Bisana, Oasi La Rizza e altre aree di riequilibrio ecologico;
- centri storici, musei e altre emergenze culturali, dai principali musei alle infrastrutture di particolare interesse turistico-culturale;
- ville e dimore storiche.

Le escursioni saranno anche accompagnate da degustazioni e visite presso attività produttive/ricettive legate al food e ai prodotti tipici.

Le iniziative prevedono la costruzione di collaborazioni stabili e costruttive tra i soggetti e i diversi comparti dell'economia locale (commercio, agricoltura, cultura, ricettività) per garantire una promozione turistica territoriale sostenibile.

## **AZIONI**

- Progettazione per la realizzazione del servizio di educational in una logica di coordinamento con le azioni di promozione programmate dalla Destinazione Turistica e volte alla valorizzazione delle principali identità del territorio (natura, cicloturismo, patrimonio culturale e identità storica rurale, food);
- Affidamento del servizio e realizzazione delle iniziative;
- Predisposizione del materiale promozionale e azioni di informazione e di marketing territoriale in stretta relazione con l'immagine coordinata della Destinazione Turistica e in collaborazione con la DMO della Destinazione stessa;
- Verifica del gradimento dell'evento

## **MERCATI DI INTERVENTO**

Il mercato di intervento è quello locale, tenuto conto che le iniziative programmate intendono avere una ricaduta sulla domanda domestica, legato alla Città Metropolitana e alla Regione Emilia Romagna, allargato a quello nazionale legato ai turisti che gravitano sulla città di Bologna. È ragionevole immaginare una ricaduta anche per il mercato internazionale sempre legato ai turisti che gravitano sulla città di Bologna.

## **SEGMENTI DI DOMANDA**

Turismo sostenibile, slow, famiglie, verde, escursionismo e cicloturismo, rurale, benessere.

**COSTO TOTALE DEL PROGETTO € 7.999,48**

**SPESE AMMISSIBILI € 7.999,48**

**PUNTEGGIO 85/100**

**FASCIA DI VALUTAZIONE ALTA**

**CONTRIBUTO CONCESSO € 3.599,77**

**5) Unione dei Comuni Savena Idice - Scoprire il Territorio tra il Savena e l'Idice con la e-bike"**

**P.G. n. 64698/2021**  
**Integrazione P.G. n. 68202/2021**

**ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO**

- Associazioni locali fra cui: Associazione E ben venga maggio, Associazione Parco Museale Val di Zena, Associazione Mater Dei, Gruppo Walking Valley (Ass.Atlético Rastignano, Amici di Tamara e Davide, Parrocchia Rastignano), ProLoco Ozzano, ProLoco Loiano, Associazione Team Futa Bike
- eXtraBO
- Appenino Slow
- Ente di Gestione Parchi e Biodiversità Emilia Orientale
- Cooperativa Foiatonda
- Iat Monghidoro
- BOM Bologna Montana
- Bologna Montana Bike Area (BOM.B.A.)
- Arc.ca Monte Bibele
- Museo di Arti e Mestieri P. Lazzarini
- Museo della Civiltà contadina e Piccolo Museo del Migrante Monghidoro
- Museo Fantini Monterenzio ok
- Associazioni di categoria presenti sul territorio
- Consorzio Castanicoltori
- Comunità Slow Food del grano dell'Alto Appennino tra Bologna e Firenze (portavoce Matteo Calzolari)
- Aziende Agricole, strutture ricettive, ristoranti, operatori locali
- Aziende vitivinicole e agroalimentari;
- Noleggiatori bike, negozi di riparazione e assistenza bici sul territorio
- Movimento Lento
- Osservatorio Locale per il Paesaggio dell'Unione dei Comuni Savena-Idice.

**DESCRIZIONE SINTETICA**

L'Unione dei Comuni Savena-Idice, costituita dai 5 Comuni di Loiano, Monghidoro, Monterenzio, Ozzano dell'Emilia e Pianoro, si estende in una fascia di territorio che dalla pianura nelle vicinanze di Bologna giunge fino ai confini appenninici con la Toscana. Questa sua distribuzione geografica permette di attraversare diverse aree anche relativamente diverse tra loro, quali pianura, collina, fino ai 1.200 metri dei crinali di confine con la Toscana. Questa conformazione, grazie al fatto di farne da sempre una zona di passaggio tra due regioni e due macrocosmi (Pianura Padana e Italia Peninsulare), ha dato vita a innumerevoli itinerari ciclabili che possono essere valorizzati nell'ottica del turismo lento e sempre più stagionalizzato, un settore che negli ultimi anni ha visto una crescita decisa, sia per quanto riguarda gli Italiani, sia per gli stranieri.

In un periodo condizionato dalla pandemia COVID-19 che ha visto un generale calo delle presenze turistiche nel nostro paese e una drastica diminuzione degli arrivi dall'estero, in primis verso le città d'arte e le località

di mare, le destinazioni collinari, montane e naturalistiche hanno fatto registrare un vero e proprio boom di presenze che in parte hanno mitigato le perdite del settore turistico.

Il turismo outdoor, infatti, è l'unico compatibile con il distanziamento fisico e le precauzioni sanitarie, ragione per cui moltissimi italiani hanno deciso di optare per viaggi all'insegna dello sport e della natura, scegliendo mete di prossimità, anche a pochi chilometri da casa.

Il 2020, *annus horribilis* per molti versi, verrà probabilmente ricordato nella storia del turismo attivo come un periodo di svolta: moltissime persone si sono messe in marcia per la prima volta nella loro vita, affrontando cammini con uno zaino sulle spalle o utilizzando la bicicletta come mezzo di spostamento a fini turistici.

L'obiettivo di questo progetto è favorire la conoscenza degli itinerari locali nel territorio delle valli dei fiumi Savena e Idice da parte di appassionati sia italiani che stranieri offrendo esperienze sicure, autentiche e sostenibili e, al contempo, favorire la nascita, l'aggregazione e la crescita di una rete di operatori territoriali (albergatori, guide, prestatori di servizi, ecc.) presenti nel territorio e che operano nel settore del turismo lento, praticabile tutto l'anno. Nel contempo il nostro progetto ha l'obiettivo di valorizzare i produttori locali nella filiera dell'agroalimentare con proposte a km0. Il nostro progetto vuole dare continuità al lavoro già avviato dal nostro ente per la promozione del turismo slow, con il progetto "IL TURISMO LENTO A PIEDI E IN BICICLETTA: UN'OPPORTUNITÀ DI VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO TRA IL SAVENA E L'IDICE" già inserito nel Programma Turistico di Promozione Locale anno 2021.

Nell'ambito del progetto abbiamo organizzato un viaggio evento di 4 giornate che ha raccontato il territorio, i cammini e le escursioni in bicicletta, i punti d'interesse ma anche le eccellenze enogastronomiche, paesaggistiche e naturalistiche che lo compongono.

Il progetto 2022 avrà l'obiettivo di tracciare, raccontare e valorizzare tramite lo spazio web e l'App già realizzati nell'ambito del PTPL 2021 una rete di percorsi cicloturistici, dedicati in particolare alle e-bike, che consentano ai turisti di scoprire il territorio con mezzi ecologici.

Il progetto prevederà inoltre la valorizzazione dei nuovi tratti della rete ciclabile per la mobilità quotidiana e cicloturistica ([https://pumsbologna.it/Consulta\\_il\\_piano/Biciplan\\_metropolitano](https://pumsbologna.it/Consulta_il_piano/Biciplan_metropolitano)) prevista dal Bici-Plan Metropolitano / Pums. Si segnalano a tale proposito i tratti della Rete Strategica n. 10 (Bologna-Pianoro), n. 1 (Emilia: da Bologna a Imola), la Ciclovía Val di Zena. La n. 10 in particolare consentirà il collegamento tra Bologna e la Stazione Ferroviaria di Pianoro, sulla SP 65, con la presenza di una Bike Station (completa di n. 10 rastrelliere per bici di cui n. 3 per ricarica elettrica e di unità di piccola manutenzione di emergenza) presso il Parcheggio di interscambio in frazione di Rastignano presso il Ponte delle Oche. Il parcheggio si trova nei pressi del Centro Mobilità (punto intermodale di trasporto) individuato nel PTM: Stazione del Servizio Ferroviario Metropolitano (SFM) di Rastignano e, a completamento del Percorso ciclopedonale nel parco fluviale del Torrente Savena, lungo circa 10 km, sarà possibile raggiungere il Centro Mobilità Stazione del Servizio Ferroviario di Pianoro.

Infine, il progetto si integrerà in termini di segnaletica e comunicazione con gli altri progetti già attivati sul territorio, come "Bologna Montana Bike Area" (BOM.B.A.) che interessa in particolare il cicloturismo in mountain bike e E-mtb.

## AZIONI

- l'analisi del territorio per censire i produttori agroalimentari, i ristoratori, gli albergatori, i gestori di strutture di accoglienza, le associazioni locali e i fornitori di servizi interessati a proporre esperienze per i cicloturisti e/o a proporsi come punti di accoglienza e ricarica;
- l'organizzazione di webinar informativi e corsi di formazione dedicati agli operatori turistici e ai produttori, per coinvolgerli nel progetto e migliorarne il livello di competenza, e gettare le basi per la creazione di una rete stabile sul territorio;
- la progettazione e tracciatura GPS di un percorso cicloturistico ad anello per ognuno dei 5 comuni, che interessi il più possibile le strutture di cui al punto precedente;

- lo shooting fotografico lungo gli itinerari;
- la creazione di schede descrittive in due lingue (italiano e inglese) e il loro inserimento nello spazio web dedicato all'interno del sito UVSI, e sulla app EasyWays;
- l'inserimento nella piattaforma (web+app) OutdoorActive e Komoot, leader in Europa nel settore;
- la creazione di un video 3D per ognuno dei 5 percorsi (volo Google Earth + immagini scattate a terra)
- la promozione del progetto tramite la newsletter e i canali social del Movimento Lento (una community di circa 50.000 persone appassionate di slow tourism).

### **MERCATI DI INTERVENTO**

Il mercato predominante sarà quello di prossimità, ma riteniamo che un'adeguata pianificazione delle attività di comunicazione possa portare a un coinvolgimento di tanti italiani, appassionati di cicloturismo, provenienti da altre regioni.

Il coinvolgimento di un mercato straniero passa attraverso la traduzione dei contenuti in lingua inglese e una conseguente attività di promozione sui canali web e social che sono oggetto di analisi e indagine da parte dei turisti attivi di altri paesi (ad es. app generaliste e/o app tradotte in altre lingue).

### **SEGMENTI DI DOMANDA**

Escursionismo giornaliero, escursionismo plurigiornaliero, cicloturismo, cicloescursionismo.

**COSTO TOTALE DEL PROGETTO € 18.300,00**

**SPESE AMMISSIBILI € 18.300,00**

**PUNTEGGIO 85/100**

**FASCIA DI VALUTAZIONE ALTA**

**CONTRIBUTO CONCESSO € 8.235,00**

**6) Comune di Castenaso - Alti e Bassi, dalla collina alla pianura – II edizione**

**P.G. n. 65259/2021**  
**Integrazione P.G. n. 68979/2021**

**ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO**

1. Comune di Budrio
2. Comune di Granarolo dell'Emilia
3. Comune di Minerbio
4. Comune di San Lazzaro di Savena
5. Ente di gestione per i Parchi e la Biodiversità - Emilia Orientale
6. Sustenia Srl - Via Marzocchi, 16 - 40017 San Giovanni in Persiceto (BO)
7. Ass.ne WWF Bologna Metropolitana OdV
8. Fiab Castenaso Tribù Indigena APS
9. Datti una mossa
10. Proloco Castenaso A.P.S.
11. Pro Loco Minerbio APS
12. Centro Sociale Villanova A.P.S.
13. Gli Amici di Arche APS
14. Eden A.S.D. - E.T.S. - A.P.S.
15. Associazione Amici della Musica Scuola J.Du Pre
16. Amici di Palazzo Minerva
17. Qui dal Cranvel
18. Teatrino dell'Es di Vittorio Zanella
19. Gruppo Fotografico La Rocca A.P.S.
20. Circolo fotografico Blow Up
21. Q.B. Quanto Basta Ass.ne
22. Punto Danza Castenaso A.S.D.
23. Teatrino a due pollici
24. Ass.ne Diapason Progetti Musicali A.P.S.
25. Spostamenti Ass.ne Culturale A.P.S.
26. Remida Bologna Terre d'Acqua – Ass.ne Funamboli A.P.S.
27. Corpo Bandistico - Società Musicale minerbiese A.P.S.
28. O.T.E. Teatro Ensemble
29. Toni Renzo
30. Associazione Ateliersi
31. L'Orto Cooperativa Sociale

32. Fattoria Michelinì
33. Azienda Agricola Zarri di Ambra Grossi
34. Tenuta Santa Cecilia Vigneti della Croara
35. Azienda Agricola Bonazza di Rocca Ermanno
36. Corte dell'Abbadessa srl Soc. agricola

## **DESCRIZIONE SINTETICA**

Alti e Bassi è un progetto di marketing territoriale alla sua II edizione, che presenta una significativa continuità con l'edizione 2021, visto il buon esito complessivo, per quanto riguarda presupposti, obiettivi, azioni e concept, ma con alcuni cambiamenti e novità volti alla soluzione delle criticità riscontrate ed al conferimento di un carattere sempre innovativo delle proposte. Alcuni cambiamenti afferiscono alla compagine dei partner e alla loro partecipazione ai diversi filoni del progetto che determinano la modifica di alcune azioni, itinerari, format e l'introduzione di nuove proposte. Il progetto ha l'obiettivo generale di valorizzare il territorio dei comuni coinvolti come sistema integrato di eccellenze storiche, culturali, artistiche, naturalistiche, agricole, produttive e ricettive, che costituiscono nel loro insieme un'attrattiva turistica tale da incentivare nel breve periodo un turismo di prossimità, sviluppare nel medio periodo pacchetti turistici e puntare nel lungo periodo ad un turismo a più largo raggio. Tale scopo è perseguito attraverso la realizzazione di azioni che: incentivano forme di mobilità sostenibile, iniziative a basso impatto ambientale e un turismo accessibile; creano occasioni di aggregazione diffuse ed eco-compatibili; promuovono nuovi itinerari e percorsi; costruiscono e consolidano una rete trasversale degli attori pubblici, privati e del terzo settore dei territori, rilevanti sotto il profilo culturale, artistico, sociale ed economico. L'ed. 2022 si articola in quattro filoni di azioni principali per un totale di sei appuntamenti:

- **IMBOSCATA**, percorso artistico nella natura: itinerario artistico-naturalistico sulle sponde del fiume Idice da realizzare nei territori di Castenaso e San Lazzaro in due date diverse, da compiere a piedi, allo scopo di promuovere il patrimonio naturalistico;
- **BUDRIO BY NIGHT (new entry del 2022)** e **MIN'AMOUR**, percorso artistico, storico e culturale urbano nei borghi storici di Budrio e Minerbio, in due date diverse da compiere a piedi, allo scopo di promuovere il patrimonio storico e culturale;
- **NOTTE VERDE**, percorso artistico nella verdura: iniziativa diffusa da realizzare contemporaneamente nelle aziende agricole, agriturismi, fattorie didattiche, riserve naturali, vivai, dei comuni di Castenaso, Granarolo, Minerbio e San Lazzaro, allo scopo di promuovere e valorizzare il paesaggio e le risorse rurali e la rete dei produttori locali;
- **FATTI STRADA**, bicicletata colorata tra borghi storia e natura: itinerario che unisce i territori dei comuni di Budrio, Castenaso e San Lazzaro in un'unica data allo scopo di promuovere un tratto dell'itinerario cicloturistico della Ciclovía Antiche Paludi Bolognesi (da compiere in bicicletta o bici + treno) e un nuovo percorso San Lazzaro-Castenaso (new entry 2022) lungo il fiume Idice che, creando una sorta di "Via dell'Idice", valorizza ancor più il patrimonio naturalistico, storico e culturale dei territori coinvolti.

I sei appuntamenti previsti sono calendarizzati tra maggio ed ottobre, fatte salve esigenze contingenti di ricalendarizzazione.

Il format dei primi tre appuntamenti è costituito dalle "sorprese artistiche" (performance di musica, teatro, danza, pittura, visite guidate animate, ecc.) dislocate lungo gli itinerari come parte del paesaggio e del percorso, per conferire all'evento un carattere diffuso nel tempo e nello spazio. Ciascuna iniziativa è prevista in uno spazio ampio e all'aperto, per una durata dilatata di 4-5 ore, per evitare concentrazioni di pubblico e per poter apprezzare lo spazio ospitante, che diventa parte dell'evento, molto più che una location. I punti di sosta artistici, sono distanziati e fruibili in momenti diversi da un pubblico in movimento

in uno spazio vasto, non organizzato in gruppi e libero di intraprendere l'itinerario in qualsiasi momento.

Il quarto filone, la bicicletata, presenta un format differente, non di tipo artistico, puntando alle risorse storiche, culturali e naturalistiche di una parte del territorio più vasta per il fatto di poterla percorrere più velocemente in bicicletta e prevedendo anche gruppi organizzati e strutturati e "pit-stop" in numero inferiore ma qualificati da guide turistiche. In tutti i filoni sono coinvolte le attività locali di ristorazione ed agrituristiche per arricchire le iniziative con un'offerta eno-gastronomica che favorisca la successiva realizzazione di pacchetti turistici. Nel secondo e quarto filone sono coinvolte anche attività artigianali e commerciali.

Gli obiettivi del progetto sono in sintesi i seguenti:

- promuovere un turismo di prossimità consapevole e sostenibile
- valorizzare e promuovere il territorio nei suoi caratteri peculiari
- costruire promuovere e consolidare la rete degli attori rilevanti
- favorire la partecipazione attiva e l'identità locale

## AZIONI

### 1. Filone 1 percorsi artistici nella natura: itinerari naturalistici da compiere a piedi

L'Imboscata, percorso artistico nella natura sulle sponde del fiume Idice, e un trekking con performance artistiche a sorpresa lungo un itinerario indicato (cartellonistica, mappa gpx, folletti e GEV). L'obiettivo è di valorizzare il patrimonio della flora e della fauna locale ed il sistema di sentieri della zona. Da realizzare la domenica dalle ore 14.30 alle 18.30 in continuità con il format ormai consolidato nei quattro appuntamenti realizzati a Castenaso e San Lazzaro del 2020 e 2021.

- Azione 1.1 IMBOSCATA San Lazzaro di Savena, Parco Fluviale del Molino Grande, km 8, domenica 22 o 29 maggio. E' in corso di valutazione l'idea di dedicare un anello più piccolo ai bambini con ambientazione fiabesca nel bosco (Imboskids), vista la lunghezza del percorso e la massiccia partecipazione.
- Azione 1.2 IMBOSCATA Castenaso, Parco della Chiusa, km 5,5, domenica 18 settembre.

### 2. Filone 2 percorsi artistico-culturali nei borghi storici: itinerari urbani da compiere a piedi

Le iniziative di questo filone hanno lo scopo di promuovere il patrimonio storico, culturale, monumentale e museale dei borghi storici della pianura realizzando un evento artistico diffuso negli angoli più suggestivi in una serata estiva in orario tardo pomeridiano - serale dalle ore 18.00 alle 23.00. Le due azioni/appuntamenti previsti sono connotati in modo diverso in base alle peculiarità dei due contesti e con titoli che richiamano l'identità.

- Azione 2.1 BUDRIO BY NIGHT Budrio centro storico, da calendarizzare tra giugno e settembre. Una sorta di notte bianca con musei, ristoranti e bar aperti, visite guidate animate e performance artistiche sia in strada che all'interno degli istituti culturali principali (Pinacoteca, Teatro Consorziale, Museo dei Burattini, Museo delle Ocarine, Palazzo Comunale)
- Azione 2.2 MIN'AMOUR Minerbio borgo medievale, giovedì 14 luglio Una passeggiata romantica tra performance artistiche sul tema dell'amore con serenate, ninne nanne, vignette e poesie, allestimenti floreali, con il coinvolgimento dei ristoranti per cene al lume di candela e degli abitanti del borgo per il supporto logistico agli artisti (bagni, camerini, cena) e per incentivare la partecipazione comunitaria attiva ed il senso di appartenenza.

### 3. Filone 3 percorsi artistici nella verdura: itinerari rurali

Gli obiettivi specifici di questo filone sono quelli di promuovere ed integrare la rete dei produttori locali nel settore agro alimentare, incentivare un consumo critico e consapevole a km zero, fornire

un'occasione di apertura delle realtà agricole verso nuove prospettive ed attività, nuovi utenti e inusuali canali di promozione, mescolare e contaminare i mondi dell'agricoltura, dell'arte e della cultura grazie ad un'occasione di "nutrimento" a 360°.

- Azione 3.1 NOTTE VERDE Castenaso, Granarolo, Minerbio, San Lazzaro nelle aziende agricole, agriturismi, fattorie didattiche, riserve naturali, vivai aderenti, venerdì 17 giugno. Un'iniziativa agro-culturale-artistica, eno-gastronomica, ricreativa, didattica diffusa molto ricca e varia per proposte ed ambientazioni, dove alle performance artistiche sono abbinate cene, degustazioni, laboratori, visite guidate pensate e gestite direttamente dalla realtà agricola ospitante. Si realizza contemporaneamente nelle realtà aderenti dei 4 comuni coinvolti tra il calar del sole e il sorgere della luna, in una delle giornate più lunghe dell'anno.

#### 4. Filone 4 percorso ciclistico nella natura, nella storia e nella cultura

Itinerari da compiere in bicicletta Budrio - Castenaso – San Lazzaro sono uniti naturalmente e storicamente dal fiume Idice. L'azione punta all'individuazione delle deviazioni e connessioni di piste ciclabili, strade a basso traffico, strade 30, sentieri ciclabili e percorsi natura al fine di promuovere un itinerario di "pedalato subito", da utilizzare tanto per gli spostamenti che per il tempo libero a scopo turistico, intercettando nel tratto Castenaso-Budrio, la Ciclovía Antiche Paludi Bolognesi.

- Azione 4.1 LA VIA DELL'IDICE Budrio, Castenaso, San Lazzaro, fine maggio o fine settembre-inizio ottobre. Gli itinerari individuati sono due: uno storico-culturale "Alla scoperta dei villanoviani" che collega i tre musei archeologici (Donini di San Lazzaro, Muv di Villanova, Archeologico e Paleoambientale di Budrio) interessante anche per un turismo straniero e futuri sviluppi di promo-commercializzazione; uno naturalistico "Dalla Valle di Benni all'Oasi del Molino Grande". La mappa gpx individua le eccellenze lungo i percorsi e le opportunità enogastronomiche dove prevedere "pit stop" e visite guidate in modo da poter fruire del percorso sia liberamente che in gruppi organizzati con orari e soste predefinite.

### **MERCATI DI INTERVENTO**

Le ricadute del progetto in termini di mercato sono da individuare nei seguenti settori:

- 1) settore della ristorazione
- 2) settore agroalimentare
- 3) settore dello spettacolo
- 4) settore della bicicletta
- 5) settore della comunicazione

### **SEGMENTI DI DOMANDA**

Il segmento principale di domanda a cui si rivolge il progetto è il turismo di prossimità. Rispetto a questo mercato, punta principalmente sulle linee di prodotto relative al city break, alla cultura, all'arte, alle attività outdoor attraverso la realizzazione di eventi in rete che interessano i territori dei comuni partecipanti. I segmenti prevalenti sono quelli del turismo individuale, familiare, di piccoli gruppi organizzati, sportivo e culturale, degli stessi territori, della città di Bologna e della Città Metropolitana. Tuttavia la continuità del progetto consolida le basi per la promo – commercializzazione di alcuni prodotti turistici con un'identità territoriale dalle caratteristiche slow, outdoor, healthy, sustainable, basata sulla qualità dell'offerta e dell'accoglienza. Prodotto che può con il tempo via via rivolgersi a un turismo nazionale ed estero.

**COSTO TOTALE DEL PROGETTO € 28.600,00**

**SPESE AMMISSIBILI € 28.600,00**

**PUNTEGGIO 85/100**

**FASCIA DI VALUTAZIONE ALTA**

**CONTRIBUTO CONCESSO € 12.870,00**

**7) Comune di Dozza - FANTASTIKA “Il volo del drago” – VI<sup>^</sup> EDIZIONE della Biennale d’illustrazione**

**P.G. n. 64535/2021**

**ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO**

1. Fondazione "Dozza Città D'arte" – Fondazione incaricata della gestione economico finanziaria dell’evento, con fondi propri e contributo comunale
2. Comune di Castel Guelfo di Bologna
3. Comune di Medicina
4. AIST – Associazione Italiana Studi Tolkieniani
5. IF – Società di sviluppo di promo commercializzazione del territorio Imola Faenza
6. Tana del Drago – Centro Studi Tolkieniani (Dozza)
7. Radio Gente Nerd – Radio Gente Umbra (Foligno)
8. Lega Nerd
9. Eclipsed\_word – Casa editrice (Carpi)
10. Eterea – Casa editrice (Roma)
11. Associazione Incontri (Dozza)
12. Associazione Ordine della Torre (Brisighella)
13. Cooperativa Il Mosaico (Mordano)
14. Libreria dei ragazzi Il Mosaico (Imola)
15. Libreria Atlantide (Castel San Pietro)
16. ASD Compagnia Arcieri dei Graffiti (Castel San Pietro)
17. Difensori della Rocca (Imola)
18. Over Hill – Smial emiliano romagnolo
19. Feudalesimo e liberta” (Sardegna)
20. Studio Ceramico Giusti – Bottega/scuola, (Paterno, FI)
21. Valinor (portale YouTube)
22. INAF – Istituto di Radioastronomia Radiotelescopio di Medicina
23. APS Pro Loco di Medicina
24. Imprese del settore (aziende agricole e agrituristiche, fattorie didattiche, ristoratori, ecc.)

**DESCRIZIONE SINTETICA**

Fantastika nasce nel 2014 da un'intuizione dell'attuale direttore artistico Ivan Cavini. L'idea è di sfruttare il contesto storico e museale della Rocca sforzesca di Dozza (BO) e del borgo medievale ad essa collegato, situati sulle colline dell'appennino bolognese, per ospitare un evento dedicato all'illustrazione e all'arte fantastica.

Con la parola “fantastico” si definisce un genere che a sua volta si suddivide in vari sottogeneri. Tra questi: la fantascienza, l'horror, l'epica, lo steampunk e il Fantasy. Fantastika esplora il fantastico in tutte le sue sfaccettature, con una particolare attenzione alle opere di J.R.R.Tolkien e all'illustrazione di genere fantasy, che nell'uso comune è quello più legato al fantastico.

La manifestazione intende far conoscere le opere editoriali o cinematografiche dalle quali il genere fantastico trae ispirazione, per rivalutare un genere che in Italia è ancora culturalmente e artisticamente sottovalutato dalle istituzioni. Per fare questo si avvale della collaborazione di professionisti del settore, creativi e docenti di fama nazionale e internazionale, attraverso l'organizzazione di mostre, workshop, dibattiti e *live performance*, promuovendo l'illustrazione come forma d'arte. Fantastika collabora con artisti e autori che hanno lavorato in ogni settore, che vanno dai film e videogiochi a tutte le forme di editoria. Gli artisti, illustratori, pittori e scultori, vengono selezionati in base alle opere editoriali pubblicate, all'originalità e/o all'impatto artistico-culturale che l'opera ha avuto nel settore del fantastico.

FantastikA, pur essendo una manifestazione relativamente recente, è già elemento identitario che qualifica l'offerta artistica di Dozza, una piccola città d'arte caratterizzata da un ricco patrimonio ambientale e culturale, riconosciuta come uno dei Borghi più Belli d'Italia. Il progetto si coordina ed integra con le risorse create dalle passate edizioni. Pensiamo in primo luogo al Drago Fyrstan (dall'anglosassone antico Fyr-Stan = pietra di fuoco) che trae spunto dalla tradizione e dal folklore locale. Il Drago, che dal 2016 dimora in una torre della Rocca, e già divenuto elemento fortemente attrattivo per un turista diverso da quello tradizionale: un visitatore più giovane nonché cultore del fantastico che trova in questa installazione scenografica, unica nel suo genere in Italia, un elemento di grande suggestione.

FantastikA si è rivelato un elemento trainante sul piano culturale tanto che nel 2018 ha preso vita il Centro studi tolkieniani, con sede in una palazzina storica del borgo di Dozza, che ha attivato numerose proposte artistico/culturali, come MITOPOIESI, un nuovo progetto culturale che ha offerto un percorso online e in presenza per diversi tipi di pubblico, fornendo ai partecipanti un arricchimento sia conoscitivo, sia pratico sull'universo fantastico che permea il nostro territorio e sulle tecniche di scrittura creativa. Un altro filone nato nella V edizione di FantastikA e "DRAGONART - La via del drago" Viaggio all'origine del mito. Quattro talentuosi scultori si sono posizionati all'interno del fossato della Rocca e hanno realizzato altrettante opere su legno ispirate ai grandi draghi del folklore, del cinema e della letteratura. Queste sculture e le successive che saranno realizzate ad ogni edizione di FantastikA, andranno poi a comporre un percorso permanente, visibile tutto l'anno, che invaderà il territorio dozzese arricchendo il già coloratissimo museo all'aria aperta con nuove suggestioni. Su questa impostazione si basa il programma della VI<sup>a</sup> edizione di FantastikA che si terrà a Dozza nel mese di settembre 2022. Questa VI Edizione manterrà tutti i requisiti qualitativi delle precedenti e le attività saranno dislocate, in ragione dei loro contenuti, in tutto il borgo: la Rocca Sforzesca, il Centro Studi "La tana del drago", la sala parrocchiale, il teatro comunale, ecc. Ci si spingerà anche oltre i confini comunali per arrivare fino ai territori di Castel Guelfo di Bologna e Medicina, Comuni con i quali si condividerà un programma coordinato di attività ed eventi.

**Il programma:** Elemento trainante della manifestazione è la presenza in contemporanea di creativi delle arti digitali e illustratori invitati ad esporre e a disegnare dal vivo. Per loro saranno predisposti artist desk all'interno del Museo della Rocca di Dozza, mentre altre postazioni nel borgo coinvolgeranno artigianato a tema e postazioni di antichi mestieri come il fabbro, l'amanuense, il calligrafo, il rilegatore di libri, l'intagliatore e incisore del legno, ecc... Confermata la presenza degli scultori di draghi, che quest'anno si concentreranno su materiali plastici come la ceramica e la terracotta. Anche nel 2022 si darà ampio spazio alle mostre riservando alla Rocca le esposizioni legate al genere fantastico in senso ampio e al Centro Studi di via XX settembre n°2 quelle più aderenti alle tematiche prettamente tolkieniane. Le mostre, sul modello già consolidato nelle scorse edizioni, avranno una durata superiore ai giorni della manifestazione, proseguendo nel mese di ottobre. Sono previsti spettacoli promozionali collaterali (performance, musica, teatro, laboratori), che animeranno l'intero borgo e il teatro, allo scopo di arricchire il programma ed allargare la comunicazione a pubblici meno specialistici. Il programma, attualmente in fase di elaborazione, vede già la conferma di artisti come Andrea Romoli, Piero Crida, Alberto Dal Lago, Emanuele Manfredi, Paolo Barbieri, Dany Orizio.

**La mostra:** FantastikA 2022 presenta la mostra di Antonio Basoli, esponente del neoclassicismo bolognese che operò come scenografo, decoratore e disegnatore di sipari per vari teatri dell'area bolognese, inoltre disegno innumerevoli capilettera che furono utilizzati come illustrazioni ne "La storia infinita", il famoso romanzo di Michael Ende.

La mostra metterà a disposizione dei visitatori la variegata produzione artistica di Basoli esposta secondo una progressione cronologica: taccuini da cui emerge la curiosità dell'artista per luoghi esotici e fantastici; invenzioni floreali e ambientali rappresentate in due grandi magnifici dipinti, accompagnati dai relativi disegni preparatori; riproduzioni ingrandite rispetto agli originali dei celebri quadri raffiguranti Asia, Africa, Europa, America, cui fa da significativo contrappunto il disegno raffigurante Nabucodonosor; l'Alfabeto Pittorico e le Favole di Esopo caratterizzate da un'elevata intensità visionaria; i grandi acquerelli de l'Ultima Raccolta, estremo, spettacolare viaggio nelle irrealità del pianeta Terra.

**Il tema:** il filo conduttore della VI<sup>a</sup> edizione della manifestazione è rappresentato dalle tematiche

ambientali. La letteratura e l'arte hanno da sempre avuto il merito di rappresentare la propria epoca fornendo spunti di riflessione su di essa per portare le persone ad acquisire una maggiore consapevolezza. Le fiabe classiche così come il fantasy contemporaneo hanno un contenuto "green" identificabile nella necessità di preservare l'universo circostante. Infatti, questo tema è rinvenibile sia nelle favole di Esopo e di Fedro che nel *legendarium* di Tolkien, Lewis e Brooks. In particolare, nelle opere di Tolkien il tema del viaggio, inteso come crescita interiore e rispetto dell'ambiente in cui viviamo, è sempre presente. Anche l'universo dei videogame tratta il tema della conservazione naturale attraverso una simbologia variopinta e straordinaria. Ecco perché il genere fantastico (e il fantasy *in primis*) ci offre l'opportunità di lanciare un messaggio planetario, un'idea condivisa da trasmettere attraverso la letteratura, la riscoperta degli antichi mestieri, delle varie forme d'arte e intrattenimento di genere.

## AZIONI

Oltre alle iniziative descritte in precedenza, sarà dato ampio spazio alle azioni di promozione della manifestazione con il fine di raggiungere un elevato numero di persone interessate all'evento. E' prevista la partecipazione a fiere e workshop di settore tramite IF - Imola Faenza e il Club dei Borghi più Belli d'Italia. Inoltre, per la promozione ci si avvarrà del supporto degli uffici IAT/APT dell'Emilia-Romagna, del circuito Card Musei Metropolitan, delle associazioni albergatori e ristoratori, di ufficio stampa di associazioni culturali. E' considerato fondamentale l'utilizzo dei "nuovi" strumenti di comunicazione, la predisposizione di *visual content*, l'impiego dei social media, mobile, dirette radiofoniche, che consentano di anticipare i tempi della comunicazione. Naturalmente si attueranno anche azioni più tradizionali, ovvero invio di comunicati a cadenza programmata, di news e aggiornamenti in tempo reale degli eventi sui siti web e social network dei canali ufficiali e su quelli di tutti i partner della manifestazione. Sarà realizzata una campagna di comunicazione su periodici settimanali, quotidiani, e su mensili e siti di settore. E' prevista una conferenza stampa di presentazione dell'evento. Durante la manifestazione saranno organizzati eventi collaterali che coinvolgono altre espressioni artistiche. Sono previste navette per facilitare la partecipazione del pubblico.

## MERCATI DI INTERVENTO

Nazionale e internazionale

## SEGMENTI DI DOMANDA

Cittadini emiliano-romagnoli, italiani e stranieri interessati al **fantastico, con una particolare attenzione all'illustrazione fantasy** e alle opere editoriali o cinematografiche dalle quali essa trae ispirazione. Il connubio di scenografia, live performance, arte e ambientazioni suggestive, offrono in un percorso emozionale e coinvolgente un inedito storytelling del Borgo e della Rocca di Dozza, al di fuori del tempo in una proiezione magica. L'incontro di più prodotti turistici (arte, paesaggio, enogastronomia) rispondono alla domanda sempre più diffusa di un turismo alla ricerca di elementi emozionali, che si fissano più a lungo nel ricordo del visitatore. Tali caratteristiche rientrano nelle prerogative del turismo itinerante, in particolare dei viaggi culturali nelle città d'arte anche di piccole dimensioni come lo è Dozza: collocata sull'asse della via Emilia, su un dolce rilievo collinare mostra le bellezze di un antico borgo castellano che si alimenta di stimoli ed esperienze artistiche generando un contesto molto suggestivo.

**COSTO TOTALE DEL PROGETTO € 40.000,00**

**SPESE AMMISSIBILI € 40.000,00**

**PUNTEGGIO 80/100**

**FASCIA DI VALUTAZIONE MEDIA**

**CONTRIBUTO CONCESSO € 12.400,00**

**8) Comune di Zola Predosa - "Zola Jazz & Wine...nel territorio 22^ edizione**

**P.G. n. 63310/2021**  
**Integrazione P.G. n. 68219/2021**

**ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO**

1. Comune di Casalecchio Di Reno (Bo) – Partner istituzionali
2. Comune di Monte San Pietro (Bo) – Partner istituzionali

**DESCRIZIONE SINTETICA**

Zola Jazz&Wine è la rassegna ideata dal Comune di Zola Predosa che conta nella sua storia 22 cartelloni di concerti, sempre patrocinati da Regione Emilia-Romagna e Città Metropolitana. Il connubio tra la musica jazz, paesaggio e le eccellenze enogastronomiche del territorio sono la sua cifra distintiva e la sua peculiarità. Nel tempo si è evoluta, arricchita, ha cambiato "veste", anche per esigenze imposte dalla pandemia da COVID 19, ha saputo trasformarsi e adattarsi alle contingenze esprimendo nuove forme e nuovi modi per coniugare musica jazz di qualità, paesaggio, aziende vitivinicole ed eccellenze paesaggistiche e culturali del territorio in condizioni di sicurezza per tutti.

Non solo, lo scorso anno Zola Jazz&wine è andata "Fuori Porta" portando due appuntamenti rispettivamente nel Comune di Casalecchio di Reno e Monte San Pietro creando dunque una collaborazione con due Comuni limitrofi con i quali ha molte caratteristiche ambientali nonché linee di programma in comune arricchendo così la progettualità reciproca di spazi ed eccellenze enogastronomiche.

Questa nuova formula: - "jazz in cammino sul territorio" - alla scoperta di paesaggi, percorsi, (la via dei Brentatori ad esempio che collega Zola Predosa, Casalecchio e Monte San Pietro) aziende vitivinicole di eccellenza (premiata anche a livello regionale per l'eccellenza e la qualità) ha richiamato pubblico da tutta la regione lo scorso anno. Straordinario infatti il successo e la partecipazione di pubblico a tutti gli appuntamenti di "Zola jazz&Wine 2021", non scontati per il difficile periodo dovuto alla pandemia, che ha visto quasi 600 spettatori provenienti da 32 comuni, toccato 9 location e 30 tra artisti, formazioni e compagnie teatrali dando spazio a più di 10 ore di musica ed esibizioni live.

La Rassegna, grazie a questa nuova formula musica/percorsi/valorizzazione del territorio a tutto tondo è stata inserita lo scorso anno nel Cartellone "Criminali" oltre che nel cartellone della CM Bologna Estate.

Per l'edizione 2022 Zola Jazz&Wine e Territorio ci si propone di migliorare ed implementare la formula espressa nel 2021 di "Zola Jazz&wine Fuori Porta" in particolare attraverso:

- l'implementazione della collaborazione con i Comuni di Casalecchio di Reno e Monte San Pietro al fine di valorizzare tutto il territorio nelle sue eccellenze culturali e enogastronomiche e turistiche in uno spirito di aumentare il turismo sul territorio e la fruizione di eventi culturali in una modalità anche sostenibile privilegiando quindi percorsi naturali da fare a piedi o trekking treno/camminata;
- il potenziamento dell'aspetto musicale della rassegna continuando sì a valorizzare la musica di jazz di eccellenza ma anche promuovere gli artisti locali conosciuti od emergenti del territorio della Regione;
- promuovere la musica jazz anche per famiglie con bambini " Jazz for Kids" attraverso la collaborazione con associazioni musicali creando all'interno degli eventi in programma uno spazio didattico a loro dedicato;
- la promozione di itinerari di trekking eno-musicali-culturali, i partecipanti incontreranno a

sorpresa due o più performance musicali di artisti di livello, posizionati su viste panoramiche o suggestivi angoli di natura e di ville storiche con soste presso le aziende vitivinicole per assaporare le migliori qualità di vini da loro prodotti;

- l'individuazione di percorsi o location a "barriere free" che diano la possibilità di fruire della musica e delle degustazioni anche a persone con disabilità o riservando, nei concerti in seduta, specie in contesti di ville storiche che si intendono potenziare, posti a sedere e accessi riservati per esigenze particolari;
- la valorizzazione, attraverso forme di collaborazione con l'associazionismo/enti del territorio, delle eccellenze culturali presenti sul territorio dei tre Comuni coinvolti, in particolare attraverso visite guidate presso le ville storiche bolognesi che maggiormente caratterizzano il nostro territorio come Palazzo Albergati o altre aree culturali di interesse come l'area Museale di Cà Ghironda, creando concerti in seduta nei loro parchi o nei loro saloni interni anticipati da visite guidate in mattinata o nel pomeriggio. Questo ci permetterà di creare pacchetti in cui, alla partecipazione del concerto e degustazione si collegheranno visite ad hoc guidate ai Palazzi /o Musei presenti sul territorio dei Comuni partecipanti al progetto. A tal fine si ricorda che Zola Predosa è sede, presso la Villa Comunale Edvige Garagnani, dell'Associazione Ville Storiche Bolognesi;
- il proseguimento della collaborazione con il Consorzio del Pignoletto Emilia Romagna, che ha sede proprio a Zola Predosa, e col Consorzio dei Vini Colli Bolognesi, così che il progetto potrà godere di una maggior risonanza sul fronte del turismo enologico non solo per le Aziende Vitivinicole aderenti al progetto ma anche per tutto l'indotto;
- la promozione di uno dei prodotti più tipici del food emiliano conosciuto in tutto il mondo, la Mortadella DOP IGP. A Zola Predosa infatti è presente un distretto produttivo ed importanti aziende industriali e artigianali della Mortadella, alcune delle quali sono sponsor con qualche prodotto della Rassegna;
- la implementazione, attraverso l'Ufficio per il Turismo sovracomunale (con sede a Zola Predosa) della rete di collaborazione con gli operatori turistici del capoluogo (ExtraBo, Bologna Welcome, agenzie viaggi) per promuovere soggiorni o esperienze food&wine e valorizzare la capacità di accoglienza che il territorio offre e per facilitare il turista negli spostamenti con mappe chiare e collegamenti dei mezzi pubblici per un turismo sostenibile e lento.

Si intende confermare l'adesione ai cartelloni della Città metropolitana di "Bologna Estate" e "Crinali" che hanno contribuito a moltiplicare la risonanza della rassegna in modo sostanziale. La rassegna 2022 punterà inoltre anche a valorizzare la musica jazz con alcune incursioni teatrali o di danza portando a far conoscere allo spettatore /turista anche altri luoghi della cultura e del divertimento/intrattenimento del territorio zolese (auditorium comunali, aree museali, parchi delle piscine all'aperto ecc.)

Proseguirà poi anche la collaborazione con il CAI e le Associazioni ambientali del territorio per l'apprezzamento e miglioramento dei percorsi naturalistici per la cura dei sentieri, delle piante ed aumentare la conoscenza utile a preservare l'ambiente floristico e faunistico di un territorio veicolando al turista/spettatore messaggi di sostenibilità per scelte più consapevoli. Nell'organizzazione degli eventi si porrà attenzione nell'uso di materiali lavabili, ecologici o compostabili. Anche la campagna di comunicazione sarà coerente con questi principi, puntando principalmente sulle piattaforme digitali (web, social).

## AZIONI

1. Creazione di una Rassegna di musica jazz di qualità in contesti outdoor in grado di poter fare apprezzare il paesaggio/ambiente e territorio nel suo complesso, con attenzione anche ad artisti emergenti e regionali con incursioni di altre forme di performance artistiche che caratterizzano il "tessuto" del territorio.

2. Collaborazione con i Comuni limitrofi di Casalecchio di Reno e Monte San Pietro in un'ottica di valorizzazione, in continuità, del territorio e delle specificità culturali/turistiche ed enogastronomiche che ciascuno esprime.
3. Coinvolgimento di n. 8 Aziende Vitivinicole, n. 2 dimore storiche e n. 1 Area museale (tutte dei territori interessati all'evento) quali location per lo svolgimento dei concerti jazz e performance artistiche.
4. Collaborazione con le Aziende vitivinicole del territorio e il Consorzio del Pignoletto per la valorizzazione dei loro vini, del Pignoletto e delle opportunità che questo può portare all'indotto.
5. Valorizzazione delle eccellenze culturali presenti sul territorio, come ad esempio Palazzo Albergati e l'Area Museale di Ca' Ghironda (a Zola Predosa), o Villa Marescalchi (a Casalecchio) e Isolani (Monte San Pietro) con il fine di creare maggiore attrattività all'offerta attraverso la realizzazione di concerti jazz in seduta, non solo in cammino, accompagnati da degustazioni tipiche. I concerti in seduta presso ville storiche presenti, come Palazzo Albergati o altre che si individueranno, potranno essere anticipati da visite guidate alle dimore stesse coordinate dall'Associazione Ville Storiche Bolognesi che ha sede a Zola Predosa e che ha tra i collaboratori/soci competenti professori universitari. Questo consentirebbe di creare pacchetti turistici di interesse e di valore a maggior attrattività.
6. Collaborazione con il CAI e le Associazioni ambientali del territorio per l'apprezzamento dei percorsi naturalistici, aumentando la sensibilità e cultura per la cura dei sentieri, delle piante propedeutici a preservare l'ambiente floristico e faunistico del territorio veicolando al turista/spettatore messaggi di sostenibilità per orientare scelte più consapevoli.
7. Potenziare ed implementare percorsi per la fruizione degli eventi della rassegna, ove possibili, a barriere free o, comunque, prevedere accessi o location ad hoc per le degustazioni dei vini e prodotti tipici insieme all'ascolto dei concerti jazz o performance artistiche in piena sicurezza per coloro i quali hanno disabilità. sarà attivata allo scopo una collaborazione con i referenti di Associazioni che si occupano di disabilità sul territorio.

## **MERCATI DI INTERVENTO**

- Spettatori e amanti della musica jazz con contaminazioni di altre forme artistiche, della degustazione di vini tipici e prodotti tipici direttamente presso le Aziende vitivinicole.
- Amanti del turismo lento e sostenibile, del paesaggio e dei tratti identitari e di eccellenze di un territorio (aziende, ville storiche, percorsi, parchi, ecc...).
- attrarre turismo locale, regionale e nazionale da far soggiornare sul territorio. Per questo motivo gli eventi /concerti avverranno nel weekend allo scopo di per favorire eventuali pernottamenti per visitare altre località/attrazioni locali (Palazzo Albergati o l'Area Museale di Ca' Ghironda a Zola, la Chiusa e Casa Museo Nena a Casalecchio, collezione Nigelli a Monte San Pietro ecc.).

## **SEGMENTI DI DOMANDA**

- turismo di interesse culturale in particolar modo musicale e jazzistico,
- enogastronomico (vini di qualità / pignoletto ad esempio, con degustazioni in azienda)
- promozione del prodotto tipico identitario del territorio emiliano con la Mortadella DOP IGP che ha a Zola Predosa, da sempre, il suo distretto produttivo originario di eccellenza
- interesse per le ville storiche Bolognesi che conta sul territorio anche limitrofo una ventina di ville storiche
- interesse per l'Area Museale di Ca' Ghironda espressione unica nella zona di Land Art
- interesse per vie e percorsi ambientali anche collegati con altri vie/percorsi regionali e nazionali

- individuazione di percorsi/fruizioni degli eventi promossi in chiave di accessibilità anche a persone con disabilità

**COSTO TOTALE DEL PROGETTO € 31.000,00**

**SPESE AMMISSIBILI € 29.000,00**

**SPESE NON AMMISSIBILI € 2.000,00** (Spese di adesione a evento non coerente con il presente bando)

**PUNTEGGIO 80/100**

**FASCIA DI VALUTAZIONE MEDIA**

**CONTRIBUTO CONCESSO € 8.990,00**

**9) Comune di Castel San Pietro Terme - *Outdoor Tours: turismo sostenibile ed esperienziale***

**P.G. n. 64704/2021**  
**Integrazione P.G. n. 67720/2021**

**ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO**

1. Comune di Medicina (BO)
2. Comune di Dozza (BO)
3. Comune di Castel Guelfo di Bologna (BO)
4. Comune di Ozzano dell'Emilia (BO)
5. Comune di Casalfiumanese (BO)
6. IF – Imola Faenza Tourism Company
7. Con.Ami
8. Associazione Nazionale Cittaslow International
9. Fondazione per lo sport Silvia Parente - Outdoor 365 Itinerari ciclabili accessibili
10. Soprintendenza per i beni archeologici dell'Emilia Romagna
11. Ente Parco per la Biodiversità dell'Emilia Orientale
12. ARC.A Monte Bibele
13. Cineteca di Bologna
14. Emilia Romagna Film Commission
15. Enoteca regionale dell'Emilia
16. Osservatorio Nazionale Miele
17. CONAPI Consorzio Nazionale Apicoltori
18. Consorzio di tutela Cipolla di Medicina
19. INAF – Istituto di Radioastronomia Radiotelescopio di Medicina
20. Oasi di protezione della fauna selvatica del Quadrone (Cooperativa LA.C.ME)
21. Associazioni di categoria (settori turismo, commercio, artigianato e agricoltura)
22. Imprese di settore (strutture ricettiva, cantine vinicole, aziende agricole e agrituristiche, ristoratori, fattorie)
23. Aziende di settore nell'enogastronomia con caseificio Comellini e Alce Nero
24. Istituto alberghiero “Bartolomeo Scappi” di Castel San Pietro Terme
25. Pro Loco di Castel San Pietro Terme
26. Pro Loco di Medicina
27. Pro Loco di Ozzano nell'Emilia
28. Pro Loco Castel Guelfo di Bologna
29. CAI
30. Fondazione Dozza Città d'Arte
31. Terme di Castel San Pietro
32. Associazione Nazionale Città dell'Olio
33. Associazione Squacquerone di Romagna D.O.P.
34. Associazioni sportive, turistiche, culturali dei settori interessati
35. Imprese di settore
36. Polisportiva di Sassoleone apd
37. Associazione MiniPin

## 38. Pro loco di Casalfiumanese

**DESCRIZIONE SINTETICA**

Nel 2020 e 2021 il settore del turismo è stato pesantemente colpito dalle misure restrittive adottate per contenere la pandemia Covid - 19. Questa situazione ha però aperto nuove prospettive per continuare a sviluppare un turismo sostenibile, di prossimità ed esperienziale.

Il progetto “Outdoor tour: turismo sostenibile ed esperienziale” intende realizzare un’offerta turistica accogliente, accessibile, sostenibile e sicura, con un carattere esperienziale ed innovativo, in coerenza con le Linee di indirizzo pluriennali 2021 - 2023 della Destinazione turistica Bologna Metropolitana.

Il turismo outdoor rappresenta un prodotto strategico in grado di coniugare sostenibilità, accoglienza e sicurezza. Questa linea di prodotto contribuisce a realizzare un’immagine e una percezione turistica di un territorio fruibile tutto l’anno e permette di far vivere al turista un’esperienza coinvolgente, immersi nella natura e nel paesaggio. Il turista tornerà a casa con un’esperienza e una storia da raccontare.

Sulle potenzialità economiche, sociali, culturali e ambientali dell’outdoor si può indicare la pagina monografica di giugno 2021 “Turismo e sviluppo sostenibile” della Scuola Nazionale dell’Amministrazione - Presidenza del Consiglio dei Ministri sulle nuove opportunità nel rapporto fra turismo e sviluppo sostenibile. Anche il nuovo Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) ha tra gli obiettivi quello di realizzare un’offerta turistica basata su sostenibilità ambientale, innovazione e digitalizzazione dei servizi. I dati quindi confermano la grande potenzialità della linea di prodotto del turismo outdoor.

Il tema del movimento, poi, rappresenta, da sempre ed ancora di più in questo periodo di pandemia, un elemento attrattivo per tutti coloro che decidono di soggiornare fuori casa: si tratta di un’utenza che si sposta dalla propria residenza per praticare attività sportive all’aperto in sicurezza, ottimizzando il tempo a disposizione e cercando luoghi dove vi sia la certezza di trovare servizi e strutture idonee alle proprie esigenze non solo sportive. Ecco allora che il tema della natura, del movimento, del benessere, della salubrità sono i fattori fondamentali che caratterizzano il successo e lo sviluppo del turismo outdoor; il tutto favorito dal desiderio degli italiani in primis – e degli stranieri quando sarà possibile – di fuggire dai luoghi della quotidianità e dal limitato spazio vitale cittadino per trascorrere un po’ di tempo in location solari, all’aperto, colorate.

Su tale tematica si concentra questo progetto: la promozione di un territorio che mixa tutto ciò che può far bene alle persone, non solo fisicamente ma anche psicologicamente e materialmente; tutto il meglio della nostra terra che si traduce in percorsi di “benessere”.

L’aggregazione di Comuni, infatti, opera in un’area turistica dove sono numerose le opportunità per trascorrere weekend o periodi più lunghi, alla scoperta di un territorio ospitale ricco di esperienze e luoghi inediti.

Le attività, le iniziative di promozione turistica e gli eventi da realizzare prevedono un mix tra attività slow (trekking, bici, camminate, visite guidate) ed esperienze, con approfondimenti legati alla cultura, all’identità locale, alla scoperta degli elementi identitari del territorio. Si intendono realizzare eventi legati al bike (con particolare riferimento all’e-bike), al trekking, ed in genere a camminate ed eventi legati all’enogastronomia. Il progetto coinvolge a 360° tutte le attività economiche di accoglienza e servizi complementari, in primis le aziende dei servizi wellness molto apprezzati dai cicloturisti, dagli amanti del trekking e delle camminate per vivere un’esperienza turistica in un paesaggio rilassante ed immersi nella natura.

Le attività avranno focus specifici dedicati alla valorizzazione delle tradizioni enogastronomiche, dei centri storici e dei paesaggi dei Comuni coinvolti, coniugando le linee prodotto del turismo enogastronomico (Food & Wine), outdoor, natura e benessere, sport, eventi dedicati finalizzati ad amplificare le azioni di promozione e, tra questi, anche iniziative esperienziali di cineturismo.

Le iniziative previste sono pensate nell’ottica di basso impatto ambientale sia, appunto, in fase di progettazione, che di realizzazione per stimolare un’attenzione sempre più forte alla tutela dell’ambiente, al

rispetto del territorio e alla riduzione dello spreco alimentare.

La tipologia di turismo outdoor è orientata alla destagionalizzazione, in modo da rendere il territorio fruibile tutto l'anno.

Le iniziative di promozione turistica di interesse locale da realizzare sono finalizzate alla promozione dell'immagine del nostro territorio, puntano l'attenzione sulla qualità dei servizi e dell'offerta turistica per valorizzare le caratteristiche paesaggistiche, enogastronomiche, culturali e generare una vera e propria rivitalizzazione dei Comuni aderenti.

Il progetto prevede il coinvolgimento di diversi partner, stakeholder, attori istituzionali, associazioni di categoria e dei settori interessati, imprese enogastronomiche e turistiche.

Particolare attenzione verrà data all'accessibilità e alla sicurezza affinché le iniziative siano fruibili, senza alcun tipo di discriminazione, anche da parte di persone con disabilità motorie, sensoriali e cognitive. Per far sentire il turista in un posto sicuro e accogliente.

Il progetto intende promuovere e diffondere l'identità del territorio attraverso la valorizzazione delle risorse naturali e il recupero della cultura e delle tradizioni locali legate all'agricoltura, all'enogastronomia e all'ambiente rurale. Si vuole incentivare la realizzazione di una integrazione sostenibile tra uomo e ambiente per preservare il patrimonio naturale e far crescere un interesse turistico nei confronti del paesaggio e delle risorse naturali.

Il progetto intende inoltre promuovere i borghi dei territori coniugandoli con un turismo sostenibile e accessibile a tutti, valorizzando le qualità dei Comuni: il paesaggio (le colline e le vallate che vanno dal Santerno al Sillaro), l'enogastronomia, l'arte e la musica.

Per la promozione verranno utilizzati diversi strumenti di comunicazione sia online che offline, con l'obiettivo di raggiungere il turista ovunque si trovi, ponendo particolare attenzione agli strumenti digitali in modo integrato e coordinato con la Destinazione turistica. Anche il materiale cartaceo sarà sviluppato in linea con la Destinazione turistica e con Bologna Welcome per realizzare un'immagine coordinata omogenea, coerente e integrata. Si utilizzeranno anche gli strumenti del QR Code con contenuti digitali responsive, in modo che il turista possa leggere tutte le informazioni sulle attività attraverso il suo smartphone.

Tra gli obiettivi di promozione si include la realizzazione di contenuti audiovisivi (TV, web e social) per educare cittadini, operatori turistici, strutture ricettive e nuovi potenziali turisti alle nuove frontiere del turismo sostenibile (percorsi cicloturistici, e-bike, trekking, camminate, escursionismo, esperienze) con gli obiettivi di educare al rispetto dell'ambiente e dei valori green, utilizzando lo sport outdoor come messaggio di salute, condivisione, benessere in ogni stagione, generando così un mercato turistico fruibile tutto l'anno. Tutte le immagini saranno realizzate secondo la licenza creative commons e potranno essere riutilizzate.

## AZIONI

1. individuazione e mappatura di percorsi/itinerari bike, trekking, culturali, tematici (ad esempio cinescurismo) enogastronomici, etc., privilegiando quelli completamente accessibili anche a persone con disabilità motoria e psicosensoriale, facilmente fruibili da turisti a bordo di handbike, mountain tandem, e-handbike per godere di itinerari all'aria aperta in un'unione tra accessibilità e sostenibilità;
2. organizzazione di escursioni e visite guidate tematiche;
3. realizzazione di segnaletica dedicata, sviluppata in un'ottica di sostenibilità, tenendo conto per quanto riguarda i percorsi cicloturistici dei criteri di certificazione "bike friendly";
4. organizzazione di eventi, convegni, tavole rotonde, laboratori a tema "slow", "benessere", "outdoor" per sensibilizzare, discutere, pensare, condividere idee e proposte sulla tutela dell'ambiente e sullo sviluppo di un turismo sostenibile;
5. realizzazione di materiali promozionali coordinati ed integrati (video da distribuire su piattaforme televisive e digitali, nonché sui canali social, presso fiere ed eventi del settore e presso uffici turistici

dell'area metropolitana, per raccontare le bellezze e l'accoglienza del territorio, nonché depliant, brochure, manifesti, locandine, etc.);

6. azioni di comunicazione tradizionali (attivazione ufficio stampa, uscite pubblicitarie su stampa, etc) ed implementazione attività virtual su social e web.

## **MERCATI DI INTERVENTO**

Considerato il periodo di restrizioni causato dalle misure per il contenimento della pandemia Covid-19 il turismo punterà sulla prossimità e sulla sostenibilità con mete "vicino a casa", per un viaggio sicuro incentrato sulla scoperta delle risorse naturali, del paesaggio, delle eccellenze enogastronomiche, dei prodotti tipici locali e dei piccoli borghi attraverso camminate, trekking, cicloturismo. Particolarmente importante è focalizzare l'attenzione sull'esperienzialità e sulle esigenze del turista.

## **SEGMENTI DI DOMANDA**

I viaggi outdoor e lo slow tourism sono settori sempre più in crescita all'interno del mercato turistico e vengono percepiti dai turisti come sicuri e accessibili per tutti. Altro trend in crescita è legato al turismo sportivo stagionalizzato, fruibile attraverso percorsi trekking e bike. Anche l'enogastronomia, le degustazioni dei prodotti locali e il wellness rappresentano elementi fortemente attrattivi per un turismo attivo e di qualità. Un target non solo individuale ma anche di famiglie e piccoli gruppi, costituito da persone che spesso si conoscono tra loro, che possono facilmente condividere regole e buone pratiche per attività salutari utili anche per mantenersi in forma e in buona salute, che vogliono approfondire la conoscenza del territorio.

**I segmenti di domanda** prevalenti del progetto sono turismo individuale, familiare o di gruppi organizzati. In particolare:

- Turisti, italiani e stranieri, che cercano esperienze all'aria aperta, alla scoperta di antiche tradizioni, appassionati di turismo sostenibile, camminate e trekking
- Turisti interessati all'escursionismo legati a percorsi bike ed e-bike
- Turisti interessati a scoprire risorse naturali, paesaggi e piccoli borghi
- Turisti appassionati di cultura, eventi e cinema
- Turisti interessati ad una offerta enogastronomica e di benessere che testimonia la validità dell'antico rapporto tra il territorio e i prodotti tipici.

**COSTO TOTALE DEL PROGETTO € 40.000,00**

**SPESE AMMISSIBILI € 40.000,00**

**PUNTEGGIO 80/100**

**FASCIA DI VALUTAZIONE MEDIA**

**CONTRIBUTO CONCESSO € 12.400,00**

**10) YODA - IT.A.CÀ migranti e viaggiatori: festival del turismo responsabile**

**P.G. n. 64538/2021**  
**Integrazioni P.G. n. 68619/2021**  
**P.G. n. 68621/2021**

**ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO**

1. Agriturismo Cà di Sole
2. Agriturismo Ca' Guidotti
3. Agriturismo Casa Valona
4. Arvaia
5. Ass. Apicoltori Felsinei
6. Ass. Astrofili Bolognesi
7. Ass. E bene venga maggio
8. Ass. Gruppo della Stadura
9. Ass. La Girobussola
10. Ass. La Skarrozzata
11. Ass. Le nostre Api – Apicoltori Felsinei
12. Ass. Salvaiciclisti Bologna
13. Ass. Samà
14. Ass. Sopra i Ponti
15. Ass. Tempo e Diaframma
16. Ass. Terzo Tropico
17. Ass. Yadin Wahida
18. Az. Agr. Al di là del fiume
19. B&B Ca' del Genio
20. BeeBo
21. CAI
22. Campi aperti
23. Cantieri Meticci
24. Centro Interculturale Zonarelli
25. Centro Sociale 2 agosto
26. Centro Sociale il Mulino
27. Centro visite Oasi la Rizza
28. Collettivo Hospites
29. Collettivo MetroZero
30. Compagnia Teatrale Legàmi
31. Comune di Alto Reno terme
32. Comune di Bentivoglio
33. Comune di Casalecchio di Reno
34. Comune di Marzabotto
35. Comune di Monghidoro
36. Comune di Monzuno
37. Comune di Pieve di Cento
38. Comune di San Giorgio di Piano
39. Coop. Anima - La Locanda
40. Coop. Cidas
41. Coop. Copaps
42. Coop. La Piccola Carovana
43. Coop. Accaparlante
44. Coop. Foiatonda

45. Coop. Madreselva
46. Das - Dispositivo Arti Sperimentali
47. Deindòs Teatri
48. ExAequo Bottega del Mondo
49. Fattoria Di Mondì
50. Fondazione Gualandi
51. Fondazione Silvia Parente
52. FormART
53. Glocal Community
54. Gruppo di Studi Savena, Setta, Sambro
55. Hayat Onlus
56. Il Forno Calzolari
57. Il Giardino di Pimpinella
58. Istituto dei Ciechi Francesco Cavazza
59. Kilowatt
60. La Carovana onlus
61. Le Mondine di Bentivoglio
62. Magnifico Teatrino Errante
63. Museo della Civiltà contadina e Piccolo Museo del Migrante
64. Museo della Civiltà Contadina-Istituzione Villa Smeraldi
65. Nexus Emilia-Romagna
66. Polisportiva Masi
67. Pro Loco Marzabotto
68. Salus Space
69. Scuola popolare di musica Ivan Illich
70. Sistema Museale di Ateneo - Orto Botanico ed Erbario
71. Trattoria del Fantorno
72. Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese
73. Unione dei Comuni Reno Galliera
74. Università degli studi di Bologna
75. Velostazione Dynamo
76. Villaggio della Salute più
77. Altri/e esercenti, strutture ricettive, cooperative, istituzioni, musicisti, artisti ecc.

## **DESCRIZIONE SINTETICA**

Yoda APS con il suo marchio IT.A.CÀ, ormai conosciuto al livello nazionale e internazionale, vuole portare il suo contributo, perseguendo quattro obiettivi fondamentali:

- Branding: Bologna Sostenibile e Accessibile: contribuire all'immagine della Destinazione come meta Sostenibile, Responsabile e Accessibile, Autentica, Esperienziale, Sicura anche grazie alla solidarietà e alle infrastrutture tecnologiche.
- Metodi progettuali sperimentali e innovativi volti a migliorare l'esperienza dei turisti: contribuire a implementare e a trasformare le esperienze turistiche che ad oggi costituiscono l'offerta complessiva territoriale grazie ad una progettazione partecipata, capace di fare rete e creare sistema su tutto il territorio metropolitano.
- Ecosistema digitale di comunicazione: contribuire alla promozione territoriale con strumenti digitali utili alla programmazione dell'esperienza turistica (prenotazioni, ecc.) da parte degli utenti. Al contempo si vuole rispondere anche alle esigenze di coloro che ad oggi si affidano a supporti di tipo cartaceo (specifici target) per programmare le proprie esperienze turistiche e di svago.
- Target famiglia, individuale, specializzato, giovani, turismo accessibile: contribuire a un'offerta turistica dedicata a un tipo di turismo di prossimità e nazionale, con una forte partecipazione della comunità locale in un'ottica di design for all, rendendo, quindi, l'esperienza turistica accessibile a

famiglie, bambini, persone con disabilità e bisogni speciali; un'offerta di fruizione responsabile del territorio diversificata e attenta agli special interest capace di valorizzare le peculiarità territoriali sia al livello culturale e artistico che al livello ambientale-naturalistico ed enogastronomico.

### Asset strategici

Il marketing applicato al mondo del turismo, sino ad oggi, si è tradotto principalmente nell'elaborazione di strategie volte ad incrementare il numero di visitatori di una determinata località. Affinché il marketing possa contribuire allo sviluppo di una nuova etica e alla realizzazione di un turismo sostenibile, il lavoro di coprogettazione territoriale portato avanti da IT.A.CÀ vuole modificare l'approccio tradizionale adottando una prospettiva di partecipazione allargata. Attraverso una produzione culturale dal basso, che nasce dal fermento spontaneo e dalla capacità di mettere in rete la creatività diffusa di chi vive e rende vivo il territorio, IT.A.CÀ riesce a coinvolgere in un'esperienza multisensoriale sia i residenti che i visitatori, grazie alla creazione, l'implementazione e il coordinamento di reti compartecipate da pubblico e privato: attori territoriali eterogenei, appartenenti all'ambito artistico, culturale, così come a quello dell'innovazione sociale, e ancora, gestori di servizi turistici primari e secondari e soggetti appartenenti a diverso titolo a tutti i comparti della filiera turistica. IT.A.CÀ Bologna si avvale di una rete costituita da oltre 200 soggetti che grazie a questionari di coprogettazione, incontri e tavoli di lavoro, condividono bisogni, competenze, capacità, desiderata e progetti. Grazie a questa relazione continuativa, nascono nuove collaborazioni in grado di co-creare esperienze turistiche di alta qualità. Al contempo IT.A.CÀ, tramite lo strumento di questionari di gradimento, ha monitorato e monitora le esigenze di coloro che numerosi hanno partecipato alle iniziative organizzate nel 2021, elaborando strategie e azioni coerenti con i bisogni emersi dall'indagine.

L'edizione 2021 del festival ha visto la partecipazione di circa 1500 persone tra cittadini e turisti di cui il 15% ha risposto ai questionari di gradimento. Nella Città Metropolitana di Bologna, IT.A.CÀ propone una strategia per promuovere il turismo domestico che sia funzionale anche alla promozione turistica del territorio per i turisti provenienti da altre regioni italiane e paesi stranieri: creazioni di opportunità di viaggio caratterizzate da tematismi non solo generici e dispersivi, ma connotati da elementi identitari specifici della cultura bolognese; tematismi riconducibili alle macro-categorie "cultura", "food", "natura" "vacanza attiva" e che vengono declinati con particolare attenzione al concetto di autenticità territoriale: viene incentivato/comunicato un vero e proprio rapporto con la comunità locale che ricopre un ruolo fondamentale sia nella progettazione che nella gestione dell'esperienza turistica.

Coerentemente con le linee di indirizzo pluriennale 2021-2023, IT.A.CÀ vuole contribuire alla declinazione del concetto-ombrello «parco tematico» (ivi, p. 36), cioè vuole declinare il concept di un playground composto da aree "dedicate" a specifiche attività o per specifici segmenti di domanda (pur in forma non esclusiva), collegando diverse attrazioni tematicamente affini, attraverso percorsi dedicati. È solo con la concertazione di tutti questi elementi - natura, cultura, buon cibo, qualità della vita, socialità, apprendimento, attività esperienziali - che si può essere davvero competitivi nel settore turistico. Questa è la premessa su cui IT.A.CÀ opera nel territorio metropolitano: la creazione di una rassegna di eventi coprogettati da reti territoriali, costituita da iniziative innovative e sperimentali per promuovere il circuito sostenibile e responsabile attraverso la creazione di offerte turistiche reiterabili, sistematizzabili e, quindi, spendibile al livello di mercato: una rassegna/offerta che dia respiro economico agli operatori del territorio, creando percorsi che coniugano natura, cultura, buon cibo, antichi saperi, attività fisica, e aspetti laboratoriali. E questo lo fa soprattutto in territori e aree ancora turisticamente marginali, in cui le potenzialità turistiche non sono del tutto sviluppate, ossia i territori fuori Bologna che soffrono ancora della differenza dicotomica rispetto al turismo del centro cittadino. Un altro asset strategico programmatico di questo progetto - di coprogettazione e realizzazione di offerte di turismo sostenibile di comunità - è l'inclusività dell'offerta. Grazie alla rete del turismo accessibile di IT.A.CÀ, l'edizione 2021 è stata resa completamente accessibile (salvo che per qualche attività) e raggiunto questo livello, non è possibile tornare indietro: è necessario continuare il lavoro di coprogettazione di metodologie e pratiche, sopralluoghi, mappature, LIS, sottotitolazioni e formazioni per gli esercenti. Al livello di branding si vuole consolidare l'idea che "IT.A.CÀ è Bologna" o meglio che "Bologna è sostenibile e accessibile", sistematizzando l'offerta turistica promossa, progettata e realizzata in questi 13 anni: questo asset richiede una forte collaborazione da parte degli enti istituzionali (Città metropolitana-Destinazione Turistica Bologna, Unione dei Comuni e la DMO territoriale);

un aspetto da considerare anche come obiettivo a lungo termine in un'ottica di partecipazione ad eventi e fiere del settore turistico sostenibile (Es. Fa la cosa giusta) in modo da raggiungere target specializzati.

## AZIONI

### 1. City Break, cultura e special interest

Percorsi in bici e a piedi nei quartieri di Bologna che valorizzino caratteristiche inedite della Città metropolitana: peculiarità della storia e dell'architettura e dell'arte contemporanea, teatro, eventi e realtà che si occupano dello sviluppo sociale e culturale delle periferie. Al contempo saranno realizzati percorsi che approfondiranno tematiche "underground": musica, spettacoli e arte cosiddetta "off". Un elemento costitutivo degli itinerari, come nel programma del 2021, sarà l'arte teatrale e fotografica con particolare attenzione agli hub innovativi che caratterizzano le aree periferiche e quelle al di fuori dal centro urbano (Pianura e Appennino).

### 2. Food&Wine, natura e benessere

Percorsi legati alla sostenibilità e al well being, ricercando tematismi che possano congiungere aree cittadine con aree sub urbane e della pianura e dell'Appennino. Passeggiate e itinerari in bici che conducano da "un luogo del cibo a un altro". Sarà dato ampio spazio alla catena fair, equo solidale e soprattutto ai produttori biologici locali, con un'attenzione particolare all'agricoltura urbana e ai piccoli produttori. I percorsi saranno costellati di attività esperienziali per dare un forte slancio al rapporto con la comunità locale e quindi creare un'esperienza autentica.

### 3. Outdoor Active/Slow e natura e cultura

Percorsi in bici e a piedi in Pianura e in Appennino in grado di promuovere l'aspetto "vacanza attiva" in modo trasversale ad altri tematismi: itinerari legati al cibo, l'architettura, la cultura, soprattutto approfondendo aspetti inediti della cultura locale (arte, teatro e musica, ecc.). Tutto questo sempre in un'ottica di accessibilità, valorizzando le infrastrutture più note e la rete sentieristica minore, in particolare la sentieristica collinare e quella legata agli ambienti della Pianura e dell'Appennino.

### 4. Cultura e Special Interest

Sempre in continuità con la coprogettazione avviata negli anni precedenti, sarà implementato il lavoro sugli itinerari: la promozione dei borghi come patrimonio di tesori d'arte, con una valorizzazione delle località della Pianura e dell'Appennino, favorendo la scoperta delle aree non toccate dalle vie più note. Saranno tracciati percorsi sull'arte e l'artigianato locale e l'hand made di eccellenza

### 5. Comunicazione

Quest'anno si vuole iniziare un lavoro di sistematizzazione delle esperienze turistiche maturate in 13 anni, redigendo una pagina web dedicata, che sia fruibile con agilità anche da mobile. A lungo termine questo strumento andrà implementato diventando il punto di riferimento del turismo responsabile locale e necessita una coprogettazione continuativa con le realtà del tessuto turistico, culturale e sociale del territorio metropolitano e soprattutto con gli enti istituzionali e la DMO metropolitana. Si è riscontrata l'esigenza di non abbandonare del tutto gli strumenti cartacei; pertanto, si vuole creare anche una pubblicazione in grado di raccogliere, come gli strumenti digitali, le offerte turistiche responsabili locali. Per la diffusione delle iniziative saranno usati canali diversi a seconda del pubblico al quale ci rivolgeremo:

- a. Campagne social mirate grazie ad un'analisi approfondita del panorama digitale in un'ottica di tribe marketing e di community design: Facebook e twitter per la fascia di età a partire dai 30 anni; Youtube e Instagram per raggiungere gli under 30; Comunicazione "diretta" attraverso newsletter e WhatsApp.
- b. Interviste e articoli da rilanciare sui social che raccontino le esperienze di chi vive il territorio.

- c. Ufficio stampa e media partnership sia al livello locale che al livello nazionale
- d. Visual image targettizzata e coordinata: sarà progettata una visual image grazie alla collaborazione con un'agenzia di comunicazione e il suo lavoro grafico.

### **MERCATI DI INTERVENTO**

Il presente progetto è stato pensato per favorire un turismo domestico e di prossimità attraverso una strategia che sia al contempo efficace (a lungo termine) per promuovere il territorio metropolitano anche per un bacino di utenza straniera.

### **SEGMENTI DI DOMANDA**

Il nostro segmento è costituito da un gruppo di persone omogeneo per interessi, aspettative e comportamenti: turisti che ricercano un contatto autentico con la popolazione locale, amano i cammini, gli itinerari in bici e una fruizione “sportiva” del territorio. Allo stesso tempo, ci rivolgeremo a turisti e residenti che vogliono approfondire un certo aspetto della cultura locale, del patrimonio naturalistico ed enogastronomico senza fatica, proponendo la fruizione sostenibile del territorio (cammini, percorsi in bici, ecc.), come la più appagante e funzionale a un'esperienza autentica. I segmenti prevalenti saranno quelli del turismo individuale, familiare o di piccoli gruppi organizzati in modo da essere conformi ai principi di responsabilità e sostenibilità che promuoviamo e dare ai fruitori un senso di sicurezza e rispetto delle norme vigenti in termini di sicurezza sanitaria. Con l'approfondimento di aspetti culturali inediti e underground, si vuole raggiungere anche un bacino turistico di giovani dai 18 ai 30 anni. Trasversalmente ai segmenti individuati sopra, con la coprogettazione di esperienze turistiche accessibili, si vuole raggiungere il bacino turistico costituito dalle persone con disabilità, in particolare quella visiva, motoria e uditiva, implementando le partnership con media di settore sia locali che nazionali.

**COSTO TOTALE DEL PROGETTO € 30.900,00**

**SPESE AMMISSIBILI € 30.900,00**

**PUNTEGGIO 80/100**

**FASCIA DI VALUTAZIONE MEDIA**

**CONTRIBUTO CONCESSO € 9.579,00**

## **11) Comune di Castel San Pietro Terme - La Notte Celeste 2022 – Terme in Festa**

**P.G. n. 64693/2021**  
**Integrazione P.G. n. 67732/2021**

### **ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO**

1. Comune di Alto Reno Terme
2. Terme di Castel San Pietro dell'Emilia
3. Associazione Turistica ProLoco di Castel San Pietro Terme
4. A.P.T. Servizi Regione Emilia Romagna
5. Città Metropolitana di Bologna
6. Bologna Welcome
7. I.F. – Imola Faenza Tourism
8. Associazioni culturali, di promozione sociale, del turismo, sportive e di volontariato
9. Associazioni di categoria (settori turismo, commercio, artigianato e agricoltura)
10. Consulenti esperti di settore
11. Imprese di settore (aziende agricole e agrituristiche, ristoratori, aziende di settore)
12. COTER – Consorzio Terme Emilia Romagna
13. Terme di Porretta

### **DESCRIZIONE SINTETICA**

Il progetto “La Notte Celeste 2022 – Terme in Festa “, riguarda la grande festa sotto le stelle delle Terme dell'Emilia Romagna (realizzata su impulso di Apt Regionale) che, nel 2022, celebrerà la sua decima edizione. Si svolge in tutte le città termali dell'Emilia Romagna, nei mesi di giugno o settembre (date stabilite da APT regionale), in un weekend che vede il suo fulcro nella giornata del sabato, dal tramonto a notte inoltrata, con un'affluenza di oltre 70.000 visitatori ([www.lanotteceleste.it](http://www.lanotteceleste.it)).

L'iniziativa costituisce un importante appuntamento per far conoscere e promuovere il “Wellness Tourism”. Il turismo dello “star bene” rappresenta un ruolo chiave all'interno del mercato turistico attuale, con al centro un soggiorno rilassante in località collegate ad ambienti naturali all'insegna dell'equilibrio e del benessere psicofisico: esperienze alla ricerca di tranquillità, dei percorsi benessere e delle terapie offerte in abbinamento ad un'alimentazione sana, attività sportive, attività di sviluppo creativo e spirituale.

Il turismo del termalismo vuole dare una risposta alla domanda crescente di viaggiatori sempre più attenti alla cura del corpo. Questo ha generato la creazione di nuove strategie di marketing turistico basate appunto sull'importanza di poter offrire agli ospiti molteplici opportunità di servizi per il benessere psicofisico.

Si segnala che i Comuni proponenti in accordo con la Destinazione Bologna Metropolitana - qualora la manifestazione “La Notte Celeste” a livello regionale non potesse a qualsiasi titolo tenersi - intende comunque realizzare il progetto.

Si tratta di un evento “corale” che richiama l'attenzione dei media e dei turisti, finalizzato a valorizzare il prodotto termale e del benessere in un'ottica di promozione dell'offerta turistico-territoriale nel suo insieme, con un ricco programma di appuntamenti per tutti: cultura, sport, musica, animazioni, fiere tematiche, enogastronomia tipica (anche sotto forma di street food), escursioni nella natura ed attività motorie all'aria aperta, assieme all'apertura prolungata dei centri termali con tutte le loro proposte di remise en forme e relax per la salute del corpo e della mente, grazie agli effetti salutari dell'acqua termale.

Il progetto coinvolge il territorio dei comuni termali presenti nel territorio della Destinazione: Castel San Pietro Terme e Alto Reno Terme, con i rispettivi stabilimenti termali.

Filo conduttore del progetto sarà proprio “l’acqua”, fonte di salute e benessere dall’antichità ai giorni nostri grazie alle proprietà benefiche e curative delle acque sulfuree e salsobromiodiche (eccellenze dei 2 stabilimenti termali). I luoghi delle Terme dell’area metropolitana si identificano, da sempre, con l’acqua. L’acqua delle fonti termali, dei fiumi e dei laghi, l’acqua dei torrenti in grado di azionare i mulini, produrre elettricità, attrarre turisti. Le nostre Terme, conosciute fin dall’antichità per le proprietà benefiche e curative delle sue acque sulfuree e salsobromiodiche, restano centrali per lo sviluppo turistico di tutta la nostra area.

Il progetto intende valorizzare turisticamente il concetto del “benessere” oggi applicato a diversi aspetti della vita quotidiana per indicare le molteplici attività che possono contribuire a migliorare la qualità della vita di ciascuno. Il turismo termale trova una importante collocazione nello sviluppo di questo concetto, in quanto la relativa domanda turistica è sicuramente riconducibile a quello di “vacanza attiva - esperienziale”, ovvero turismo collegato alla ricerca del benessere a 360° quali risultato dell’armonia tra corpo, mente e spirito.

Verranno inoltre realizzati, a cura degli stabilimenti termali, pacchetti benessere con soggiorno in accordo con le Terme e le strutture ricettive del territorio e pubblicizzati anche tramite IF ed ExtraBo. Il prodotto “Terme” sotto il profilo turistico, considerata l’apertura annuale degli stabilimenti, è particolarmente idoneo anche a ridistribuire le presenze turistiche rinforzando la c.d. “destagionalizzazione del prodotto”.

Ogni evento rispetterà le norme previste per il contenimento del coronavirus con tutte le precauzioni del caso in modo da mettere in sicurezza gli spettatori, gli artisti e i volontari.

Il progetto è coerente con le Linee di indirizzo 2021 -2023 dalla Destinazione Turistica Bologna Metropolitana. Nell’ambito di tali premesse, è indispensabile ribadire che il ruolo primario dell’ente pubblico locale è quello di “orientare” e “guidare” tutti i relativi attori, anche attraverso una costante azione di sensibilizzazione per la creazione di azioni mirate a promuovere il prodotto termale e del benessere.

Inoltre la serata del sabato sarà molto particolare perché durante la “Notte Celeste” delle Terme dell’Emilia-Romagna, ogni stabilimento termale sarà aperto fino a tardi con tante proposte a tema da condividere in famiglia e con gli amici.

Le esperienze proposte mirano a far conoscere il prodotto termale in maniera coinvolgente, collegandolo a iniziative di alto valore culturale e di intrattenimento in modo da valorizzare tutto il sistema della ricettività, anche extra-alberghiera, delle aree coinvolte.

Il progetto intende valorizzare turisticamente il concetto del “benessere a 360°”, oggi applicato a diversi aspetti della vita quotidiana per indicare le molteplici attività che possono contribuire a migliorare la qualità della vita delle persone.

## AZIONI

Tra le azioni si segnalano l’organizzazione, nell’ambito della Festa “La Notte Celeste 2022” che si realizzerà nei due comuni termali tenendo conto anche degli indirizzi comuni che, a tal fine, definirà A.P.T. a livello regionale, di iniziative culturali ed artistiche, di intrattenimento e svago e di promozione delle eccellenze enogastronomiche, ideate e modulate per le varie tipologie di utenza termale. Particolare focus verrà dedicato alla creazione di momenti dedicati ai giovani finalizzati all’utilizzo delle Terme, tenendo conto che, quella dei giovani verso il turismo termale è una platea in crescita. Le scoprono in rete, spesso grazie ai social network ed internet, le scelgono non solo per i trattamenti terapeutici, ma per prendersi cura del proprio benessere e per qualche giorno di relax. Nelle due località termali oggetto del progetto saranno previste iniziative tematiche sull’acqua, quali convegni, spettacoli, eventi ed escursioni.

A tali iniziative saranno affiancate, per arricchire l’offerta turistica, visite guidate alle sorgenti termali, con apertura serale degli stabilimenti.

Tutti gli eventi saranno organizzati all’insegna della “sostenibilità” e, quindi, ideati, pianificati e realizzati in modo da “minimizzare l’impatto negativo sull’ambiente e da lasciare una eredità positiva alla comunità che lo ospita”, come recita UNEP 2009 (United Nations Environment Programme).

Gli itinerari prevedono passeggiate guidate nei secolari parchi adiacenti agli stabilimenti termali, luoghi

suggestivi, fonti di energia che accompagnano gli ospiti, i passeggeri, gli sportivi e i turisti che lo attraversano. Elemento imprescindibile a tali passeggiate sarà la individuazione di itinerari rispondenti alle caratteristiche di accessibilità, in termini di raggiungibilità e fruizione da parte di tutti con facilità: da chi cammina con difficoltà, da chi usa un deambulatore, da chi usa la carrozzina manuale e/o elettrica. Ferme restando le indicazioni in termini di immagine coordinata della manifestazione a livello regionale che fornirà A.P.T. regionale, che provvederà anche a specifiche campagne pubblicitarie a livello nazionale, il progetto prevede l'attivazione di azioni promozionali, in coerenza, condivisione e utilizzo dei canali e metodologie applicative della Destinazione.

Inoltre saranno poste in essere specifiche attività di event marketing adeguatamente pianificate al fine di porre in essere una comunicazione efficace sia online che offline. Oltre alla larga diffusione pubblicitaria digitale, la promozione sarà realizzata tramite i classici formati cartacei, come manifesti, locandine e quant'altro, al fine di realizzare una perfetta integrazione tra pubblicità cartacea e digitale.

### **MERCATI DI INTERVENTO**

Le azioni che il progetto intende realizzare sviluppano linee di prodotto definite dalle Linee di indirizzo pluriennali 2021 – 2023 della Destinazione turistica Bologna metropolitana, in particolare:

- L7. Natura & Benessere
- L2. Food&Wine
- L8. Sport
- L4. Cultura
- L9. Gli eventi

### **SEGMENTI DI DOMANDA**

La relativa domanda turistica è riconducibile al segmento di “vacanza attiva- esperienziale”, ovvero un turismo collegato alla ricerca del benessere, quale risultato dell'armonia tra corpo, mente e spirito. Come già indicato, il progetto prevede iniziative finalizzate ad ampliare la fascia di pubblico, con particolare riferimento a giovani e, pertanto, sarà attivata una comunicazione degli eventi in calendario che tenga conto del concetto fondamentale che le Terme sono il luogo ideale dove concedersi una vacanza rigenerante, per il benessere psicofisico. Si intende quindi puntare a un target di famiglie, giovani e piccoli gruppi organizzati.

**COSTO TOTALE DEL PROGETTO € 20.000,00**

**SPESE AMMISSIBILI € 20.000,00**

**PUNTEGGIO 70/100**

**FASCIA DI VALUTAZIONE MEDIA**

**CONTRIBUTO CONCESSO € 6.200,00**

**12) Comune di Imola - Bacchanale 2022, Rassegna culturale ed enogastronomica****P.G. n. 64299/2021****ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO:**

1. Nuovo Circondario Imolese e Comuni del Circondario imolese (Borgo Tossignano, Casalfiumanese, Castel del Rio, Castel Guelfo, Castel San Pietro, Dozza, Fontanelice, Medicina e Mordano)
2. IF Imola Faenza
3. aziende vitivinicole e agroalimentari
4. ristoratori e pubblici esercizi
5. associazioni culturali, enti e fondazioni
6. associazioni di ambito enogastronomico
7. scuole, in particolare istituti tecnico-agrari e alberghieri

**DESCRIZIONE SINTETICA**

L'edizione del Bacchanale 2022 si svolgerà come di consueto nelle prime tre settimane del novembre 2022. La rassegna, dedicata alla cultura del cibo e all'enogastronomia, costituisce da molti anni l'attrazione principale della stagione autunnale non soltanto per la Città di Imola, ma per tutto il territorio del Circondario imolese. 23 giorni complessivi (quattro fine settimana) di eventi, incontri, mostre, spettacoli, degustazioni, mostre mercato, menù a tema, ecc., con un format rodato e un programma sempre nuovo, grazie al tema diverso scelto ogni anno. Il cibo, al centro di questo percorso, è di volta in volta oggetto di proposte culturali, filo conduttore di percorsi enogastronomici e turistici, di iniziative di valorizzazione dei prodotti tipici del territorio. L'identità del Bacchanale si è connotata fin da subito con questa speciale commistione di cultura ed enogastronomia, promozione del territorio e conoscenza delle tradizioni popolari, valorizzazione delle attività produttive e della ricettività del territorio, formando e consolidando negli anni, sempre più numerose relazioni con i protagonisti attivi, tra cui i ristoratori e le associazioni agricole e di categoria che vengono invitati ogni anno a discutere le proposte dell'Amministrazione comunale sul nuovo tema da scegliere. Tra i protagonisti di questa grande manifestazione partecipata ci sono scuole, università, istituzioni, enti, associazioni, aziende del settore agroalimentare di tutto il territorio imolese; un rilievo particolare assume l'attività dei ristoratori, che costruiscono e propongono i menù a tema, e partecipano al programma anche con eventi e scuole di cucina.

L'edizione del Bacchanale 2022 si svolgerà come di consueto nelle prime tre settimane del novembre 2022. La rassegna, dedicata alla cultura del cibo e all'enogastronomia, costituisce da molti anni l'attrazione principale della stagione autunnale non soltanto per la Città di Imola, ma per tutto il territorio del Circondario imolese. 23 giorni complessivi (quattro fine settimana) di eventi, incontri, mostre, spettacoli, degustazioni, mostre mercato, menù a tema, ecc., con un format rodato e un programma sempre nuovo, grazie al tema diverso scelto ogni anno. Il cibo, al centro di questo percorso, è di volta in volta oggetto di proposte culturali, filo conduttore di percorsi enogastronomici e turistici, di iniziative di valorizzazione dei prodotti tipici del territorio. L'identità del Bacchanale si è connotata fin da subito con questa speciale commistione di cultura ed enogastronomia, promozione del territorio e conoscenza delle tradizioni popolari, valorizzazione delle attività produttive e della ricettività del territorio, formando e consolidando negli anni, sempre più numerose relazioni con i protagonisti attivi, tra cui i ristoratori e le associazioni agricole e di categoria che vengono invitati ogni anno a discutere le proposte dell'Amministrazione comunale sul nuovo tema da scegliere. Tra i protagonisti di questa grande manifestazione partecipata ci sono scuole, università, istituzioni, enti, associazioni, aziende del settore agroalimentare di tutto il territorio imolese; un rilievo particolare assume l'attività dei ristoratori, che costruiscono e propongono i menù a tema, e partecipano al programma anche con eventi e scuole di cucina. Appuntamenti annuali ricorrenti il "Banco d'assaggio dei vini dell'Imolese" rassegna dell'eccellenza della produzione vinicola dell'area territoriale della DOC Colli d'Imola e "Olimola", presentazione della filiera olivicola del territorio imolese, con produttori, frantoi, tecnologie e ricerca. I Comuni del Circondario imolese

sono coinvolti con eventi culturali ed enogastronomici nei rispettivi territori o con la partecipazione di propri rappresentanti (Proloco, consorzi, ecc.) per presentare aziende del settore agroalimentare e prodotti tipici.

La variegata tipologia di iniziative, eventi, mostre a tema nelle biblioteche, nei musei e sotto i portici della città oltre ai menù a tema nei ristoranti attraggono in città, nelle settimane del bacchanale, residenti in città vicine per permanenze giornaliere e turisti che si trattengono per qualche giorno. L'Amministrazione comunale di Imola cura in prima persona l'ossatura principale del programma e il coordinamento dell'intero cartellone, con l'attenzione a rappresentare nel modo più completo tutte le sfaccettature del tema dell'anno, valorizzare l'enogastronomia del territorio e dare la massima visibilità e riconoscibilità della rassegna. La struttura generale della rassegna verrà confermata nel 2022, ma ci si propone in particolare il consolidamento e lo sviluppo di due attività, le "mostre in centro" e i "palchi del gusto", avviate in via sperimentale nel 2021 per rispondere all'obiettivo di creare una presenza di maggiore impatto della rassegna in città, negli spazi esterni e in particolare nelle piazze del centro storico, per incentivare le visite alla città, creando occasioni di incontro, elementi attrattivi e percorsi guidati durante tutto il periodo della rassegna. Una mostra fuori dagli spazi chiusi e dalle sale espositive era stata allestita con successo nel 2017 ("Uova d'artista", presso il portico di piazza Matteotti). Nel 2021 si è pensato di adottare nuovamente questo progetto di allestimento per le due mostre centrali della rassegna, la mostra personale dell'illustratore e una mostra fotografica a tema. Immagini artistiche stampate su grandi teli di pvc e appese sotto i portici delle piazze principali della città, visitabili sempre e senza limitazioni di orario: "mostre in centro" è un'idea che si è rivelata vincente e verrà riproposta e sviluppata nel 2022, in base al tema che sarà definito nei primi mesi dell'anno e con la possibilità di estendere ad altri spazi della città il percorso, sollecitando la proposta di installazioni a tema anche da parte di altri soggetti interessati e supportando eventualmente la fruizione del percorso con sistemi di localizzazione geografica e visualizzazione. I percorsi di visita potranno includere i tradizionali "luoghi dell'arte" (tra cui ad esempio le tre sedi dei Musei civici imolesi) e luoghi (permanenti o temporanei) dedicati ai prodotti e all'enogastronomia ("palchi del gusto" e altri stand tematici, botteghe artigiane, altri locali coinvolti, ecc).

I "palchi del gusto" sono la proposta enogastronomica che fa fronte allo stesso obiettivo di cui sopra, ossia l'esigenza di portare la manifestazione all'aperto, nonostante il clima tardo autunnale, rendendola più visibile e fruibile anche da parte di visitatori di passaggio. Trae ispirazione dalla tradizionale collocazione dei palchi durante "Imola in musica" in alcune piazze del Centro storico: piazza Mirri, piazzetta della Conciliazione (dell'Ulivo), Piazza Caduti per la Libertà e Piazza Medaglie d'Oro. In questi quattro spazi vengono allestiti per tutta la durata della manifestazione degli stand ben identificati dal logo del Bacchanale destinati a ospitare selezioni di prodotti a tema, con opportunità di presentazione e divulgazione, eventi divulgativi e di valorizzazione. Gli stand saranno aperti dal venerdì pomeriggio per tutto il fine settimana e nelle mattine del martedì e del giovedì. Potranno essere impegnati dallo stesso soggetto per tutto il periodo o essere utilizzati a rotazione. Il bilancio complessivo della manifestazione, di cui fanno parte anche spese organizzative per eventi, allestimenti, collaborazioni e personale di supporto, è di ca € 90.000,00. Una parte rilevante delle risorse è impiegata per sostenere le spese di promozione e comunicazione (in prevalenza digitale).

Comunicazione e promozione sono sempre state oggetto di particolare attenzione, soprattutto in forza della presenza di sponsorizzazioni e contributi esterni. Verrà studiato un piano di comunicazione specifica per le novità sopra descritte ("mostre in centro" e "palchi del gusto") per incentivare i percorsi di visita e sfruttare le peculiarità offerte dagli strumenti digitali più diffusi e in particolare dal sito dedicato, rinnovato nel 2020 e implementato nel 2021.

## AZIONI

1. **Scelta del tema dell'anno:** si tratta di una fase preliminare importante, punto d'avvio fondamentale dell'attività, perché a partire dal tema vengono segnate le basi per l'individuazione delle linee di sviluppo che costituiranno l'ossatura del progetto e gli interventi da realizzare. La scelta del tema (un prodotto o una tipologia di prodotti ad esempio) consente di individuare fin da subito le direttrici da seguire, le partnership da attivare, gli obiettivi di valorizzazione da perseguire e le più adatte strategie di comunicazione e promozione da costruire su misura nella stesura del piano di questa attività. La scelta del tema avviene di concerto con rappresentanti dei ristoratori e delle associazioni di categoria del commercio e agricole, che vengono interpellati con lo scopo di verificare la possibilità di

- declinazione nei rispettivi campi di attività professionale;
2. **Piano di attività dell'edizione**, individuazione delle principali linee di attività e di sviluppo del progetto: A partire da tre linee di attività (cultura, prodotti ed enogastronomia, turismo) si individuano le modalità di realizzazione e lo sviluppo del tema nelle varie direttrici, in percorsi che si intrecciano e si sviluppano con l'obiettivo comune di far conoscere e valorizzare le peculiarità del territorio, il paesaggio, i beni artistici e architettonici e la sua realtà produttiva.
  3. **Individuazione attività specifiche e partner tematici**: in questa fase vengono definiti i dettagli dei singoli eventi in programma e la loro declinazione organizzativa, distinti in base alle tre linee di attività principali, ma con elementi comuni: la qualità delle proposte, la rappresentatività del territorio e l'attinenza al tema. Contestualmente si individuano i principali partner collegati alle attività;
  4. **Realizzazione attività di comunicazione e promozione**: segue le fasi dell'organizzazione della rassegna, dalla stesura del programma alla presentazione ufficiale, di solito programmata a metà ottobre. Per il Bacchanale 2022 si confermerà il piano generale, con adattamenti dedicati alle attività specifiche e ai prodotti da promuovere, con riferimento ai destinatari finali / portatori di interesse. L'individuazione di un'immagine artistica che rappresenta l'edizione ha lo scopo di caratterizzare e rendere più incisiva la comunicazione della rassegna. Sarà privilegiata la comunicazione digitale.
  5. **Realizzazione e promozione delle "mostre in centro" e dei "palchi del gusto"**: Organizzazione complessiva e individuazione di modalità specifiche e strumenti appositi per la promozione delle nuove attività sopra descritte, con un piano di comunicazione specifico e percorsi di visita tematici realizzati ad hoc;

## MERCATI DI INTERVENTO

Il Bacchanale si rivolge principalmente al turismo nazionale, in particolare a quello di prossimità. I cittadini dei comuni del Circondario imolese, che conta complessivamente oltre 130.000 abitanti, sono tra i principali fruitori delle iniziative proposte durante la settimana, con particolare attenzione alle attività dei ristoratori (menù a tema, scuole di cucina, degustazioni). La vicinanza del territorio imolese con Bologna e la stretta collaborazione con la Città Metropolitana, rende naturale l'inserimento della rassegna all'interno di percorsi turistici che hanno come centro di interesse l'area metropolitana.

L'attività di promozione, e in particolare l'utilizzo dei social, può estendere l'interesse per la manifestazione oltre all'ambito regionale e alle regioni confinanti più vicine al territorio imolese, come ad esempio Marche e Toscana.

## SEGMENTI DI DOMANDA

La scelta di un tema sempre nuovo consente di caratterizzare il progetto, che può quindi essere scelto da nuovi visitatori, interessati al tema, ma anche dagli "affezionati" alla manifestazione che decidono di tornare ogni anno a Imola in occasione del Bacchanale.

Il Bacchanale occupa un periodo significativo dal punto di vista turistico (3 settimane e quattro week end), utile per chi vuole organizzare un breve soggiorno o una vera e propria vacanza autunnale. La contiguità dell'avvio della manifestazione con il tradizionale ponte di inizio novembre è stato da sempre un fattore positivo in tal senso. La natura della rassegna consente la fruizione differenziata delle opportunità proposte: dal turismo culturale al turismo più orientato verso l'enogastronomia e la conoscenza delle eccellenze del territorio.

**COSTO TOTALE DEL PROGETTO € 40.000,00**

**SPESE AMMISSIBILI € 40.000,00**

**PUNTEGGIO 70/100**

**FASCIA DI VALUTAZIONE MEDIA**

**CONTRIBUTO CONCESSO € 12.400,00**

### **13) Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese - *Appennino in tavola***

**P.G. n. 62672/2021**  
**Integrazione P.G. n. 64197/2021**

#### **ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO**

Dieci Comuni afferenti all'Unione Appennino Bolognese: Camugnano, Castel di Casio, Castiglione Dei Pepoli, Gaggio Montano, Grizzana Morandi, Marzabotto, Monzuno, San Benedetto Val di Sambro, Vergato, Castel d'Aiano

#### **DESCRIZIONE SINTETICA**

“Il mondo ipocrita non vuole dare importanza al mangiare, ma poi non si fa festa che non si distenda la tovaglia” Pellegrino Artusi.

Partendo da questa semplice citazione dell'Artusi, il progetto si candida come programma trasversale per tutti i prodotti turistici che si stanno definendo in Appennino, con un preciso collegamento con le azioni di promozione turistica programmate dalla Destinazione turistica nell'ambito del Programma di Promozionalizzazione turistica (PPCT) per l'anno 2022. In particolare sia che si stiano promuovendo i nostri cammini (Via Degli Dei, Mater Dei, Linea Gotica, Piccola Cassia, Via della Lana e della Seta), sia che si definiscano strategie turistiche legate agli eventi (Crinali), l'ideale completamento delle azioni passa dalla capacità di valorizzare i prodotti agroalimentari del nostro territorio, inserendoli nei menù delle ristorazioni, organizzando visite guidate nelle aziende agricole, attivando forme di e commerce, organizzando degustazioni. Il tutto, naturalmente in coerenza con le indicazioni della Destinazione turistica, contenute nelle Linee pluriennali e nel PPCT. Sempre più spesso, anche in relazione ai tremendi esiti della pandemia in corso, l'Appennino viene percepito dai nostri possibili turisti, come una zona pura e incontaminata, questo vale in modo significativo anche in relazione ai prodotti alimentari. Da recenti studi si evince che la semplice dicitura “prodotto di montagna” attira i consumatori; inoltre se si tiene conto che per le caratteristiche del nostro territorio e per il tipo di agricoltura praticata, l'Appennino è praticamente tutto considerato come un territorio che rispetta i parametri tipici delle coltivazioni biologiche., questo nostro progetto appare fortemente candidato a cogliere le richieste e le aspettative dei nostri turisti. Le azioni previste sono in totale sintonia con il programma portato avanti dal GAL, finalizzato alla creazione di un Distretto Biologico nella montagna bolognese, distretto a cui l'Unione Appennino Bolognese non solo ha già aderito, ma fin dall'inizio si è caratterizzata come uno degli Enti pubblici più attivi per la realizzazione del progetto. Lo scenario che riteniamo utile descrivere come significativo esempio , legato ad uno dei prodotti turistici in costante crescita nel nostro Appennino: i Cammini, è quello che alla fine o durante una tappa della Via Degli Dei o della Lana e della Seta, il camminatore possa visitare un'azienda agricola, assaggiare i suoi prodotti, farseli inviare a casa con l'e-commerce, o in serata nell'albergo o agriturismo prescelto, trovarsi nel menù il paniere delle eccellenze agroalimentari del nostro territorio, con un'attenta programmazione legata alle diverse stagionalità, che permette anche , di conseguenza, di attivare pratiche virtuose in merito alla destagionalizzazione dell'offerta e alla possibilità di pensare una programmazione capace di coinvolgere tutti i periodi dell'anno: dall'estate alla primavera dall'autunno all'inverno.

Tutta la nostra proposta andrà in scena con una precisa collaborazione con le associazioni di categoria del mondo agricolo, in particolare CIA e COLDIRETTI, e in sinergia con le azioni proposte dal Consorzio di Vini dei Colli Bolognesi.

Il progetto si caratterizza per un assoluto rispetto dei criteri e delle norme di fruibilità, con relativa inclusione, per tutti, anche per gli ospiti che presentino esigenze speciali, prevedendo un'organizzazione che renda semplice e sicura l'esperienza per ciascun turista.

La valorizzazione dei prodotti biologici a “kilometro zero” presente nel programma “Appennino in tavola”, lo rende assolutamente in linea con le importanti tematiche legate alla sostenibilità ambientale. Appennino in tavola utilizzerà gli strumenti di comunicazione, con particolare riferimento agli aspetti digitali, allineandosi totalmente con quelli esistenti a livello della Destinazione Turistica Città Metropolitana di Bologna.

## **AZIONI**

1. Considerando l'evoluzione della proposta turistica e i cambiamenti intervenuti nei diversi segmenti relativi all'offerta, la prima azione prevista sarà quella di mappare tutte le aziende agricole disponibili nei fine settimana a realizzare visite guidate, anche in lingua inglese. Laddove l'azienda non abbia le possibilità di organizzare le visite, sarà direttamente a carico del progetto selezionare guide professionali che offriranno tali servizi.
2. Realizzare accordi con i tour operator che agiscono nel nostro territorio per inserire queste offerte agroalimentari nei loro cataloghi.
3. Per favorire una mobilità sostenibile e collegarsi con il progetto Smaker, sostenuto anche dalla Destinazione Turistica, per valorizzare ulteriormente il servizio di bus a chiamata, verranno inserite le offerte legate alle degustazioni e alle animazioni tipiche dei nostri prodotti agroalimentari, sui tragitti previsti da Smaker. In questo ambito mi pare significativa l'offerta che si andrà a realizzare con “Mulino Cati”, collegato ai percorsi di smaker e luogo ideale per offrire ai turisti degustazioni legate alla filiera dei Grandi Antichi.
4. In accordo con le associazioni degli albergatori, la rete degli agriturismi, delle ristorazioni e delle fattorie didattiche, si avvieranno collegamenti fra le aziende agricole e tali strutture, per l'inserimento nei diversi menù del paniere dei prodotti della montagna bolognese, differenziando l'offerta in base alle stagioni.
5. Si avvieranno percorsi comunicativi e promozionali per far conoscere alcuni prodotti assolutamente unici e dotati di grandi proprietà organolettiche, come la Mela Rosa Romana.

## **MERCATI DI INTERVENTO**

In attesa che la situazione legata alla pandemia possa trovare un suo deciso superamento, anche per il 2022 pensiamo che il mercato di riferimento sia quello tipico del turismo di prossimità, con particolare attenzione ai turisti provenienti da Bologna e dalla vicina Toscana.

## **SEGMENTI DI DOMANDA**

Il progetto è stato concepito per raggiungere diversi segmenti di domanda: Rurale, Sportivo, Benessere, Bleisure. Per soddisfare tali profili il progetto potenzierà offerte legate ai percorsi e agli itinerari, alle visite guidate, e in particolare ad un'attività enogastronomica sempre tesa alla scoperta delle emergenze culturali di questo territorio. Il tutto attraverso un approccio slow e sostenibile.

**COSTO TOTALE DEL PROGETTO € 24.400,00**

**SPESE AMMISSIBILI € 24.400,00**

**PUNTEGGIO 70/100**

**FASCIA DI VALUTAZIONE MEDIA**

**CONTRIBUTO CONCESSO € 7.564,00**

## **14) Comune di Alto Reno Terme - Musica e Natura in Appennino**

**P.G. n. 65246/2021**  
**Integrazioni P.G. n. 69602/2021**  
**P.G. n. 69849/2021**

### **ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO**

1. Comune di Lizzano in Belvedere
2. Appennino Geopark

### **DESCRIZIONE SINTETICA**

Dal cuore dell'Appennino e congiuntamente i Comuni di Alto Reno Terme e Lizzano in Belvedere presentano il primo progetto strategico sulla base del "Protocollo d'intesa per la promozione e valorizzazione del territorio" stipulato tra i due Comuni nel 2019 con lo scopo di riconoscere e promuovere a livello turistico e culturale il territorio dell'Alto Reno evidenziando la capacità della comunità di rappresentare il valore aggiunto di un'offerta turistica/culturale innovativa che sappia affacciarsi sul fronte di quel turismo denominato ecosostenibile e dalla capacità che le stesse avranno nel riappropriarsi della loro cultura, delle loro tradizioni e nell'impegnarsi nella salvaguardia delle bellezze del territorio.

Negli ultimi anni, complice la pandemia, il territorio e i suoi abitanti si sono trovati di fronte a cambiamenti epocali, dove la presenza di importanti flussi turistici ha evidenziato come l'interesse nel riscoprire la montagna sia diventato una grande opportunità di rilancio del turismo del nostro Appennino. Il progetto nasce quindi dalla necessità di soddisfare le richieste dei turisti che, attratti dalle nostre montagne, sempre più numerosi vogliono scoprire il nostro territorio.

"L'Appennino: tra musica e natura" è quindi articolato in due sottoprogetti:

1. De Montibus 2022: Opera Lirica, Natura e Cultura"
2. L'Appennino Ritrovato: escursioni, natura e cultura alla scoperta del territorio

#### 1. Presentazione "De Montibus 2022": Opera Lirica, Natura e Cultura

Il progetto "De Montibus 2022" nasce come una passeggiata musicale che racconterà i grandi misteri dell'Alta Valle del Reno evocando credenze popolari, arte e cultura avvolti nell'incanto della natura, alla scoperta dei boschi più verdi dell'Appennino Tosco-Emiliano: dal lago Scaffaiolo al Corno Alle Scale, scendendo poi a valle fino al suggestivo Rufus Thomas Park di Porretta Terme, che ha ospitato gli artisti di maggior spicco della storia della black music internazionale.

Un itinerario che si perde nelle leggende: quella degli antichi stabilimenti termali di Porretta utilizzate fin dai tempi degli antichi romani e conosciute probabilmente anche dagli etruschi e la leggenda del Lago Scaffaiolo. Sembra infatti che un bue abbandonato dal suo padrone perché ammalato, sia tornato a casa nel pieno del suo vigore dopo essersi abbeverato alle fonti di acqua termale. Del lago Scaffaiolo si narra che fosse dotato di una sorta di vortice collegato a delle gallerie che porterebbero direttamente al mare. La leggenda riuscì ad attirare addirittura l'attenzione di Boccaccio che, nella sua opera del 1373 'De Montibus, silvis, fontibus et fluminibus', raccontò per primo la leggenda. Della leggenda del Lago Scaffaiolo, se ne interessò anche il cinema italiano e, precisamente, il celebre regista Pupi Avati: la scena finale del suo film 'Una gita scolastica' – molte scene girate proprio nell'Alto Reno – è infatti ambientata sulle sponde di un lago che, c'è da scommettere, continuerà nei secoli a far parlare di sé. La rassegna musicale si terrà tra Luglio e Agosto 2022 con direzione artistica di Marta Vulpi, proponendo concerti ambientati in scenari di grande fascino facendo risuonare le note musicali in tutta la vallata. Un Festival che coinvolgerà il pubblico in stati d'animo intensi e contrastanti attraverso il mondo dell'operetta e per concludere con Leonard Bernstein ed il suo

capolavoro West Side Story, che è la trasposizione in chiave musical di Giulietta e Romeo, ambientata negli anni '50.

Tra tutte le forme d'arte la musica è sicuramente quella che ha il rapporto più stretto con la natura e con la scienza in generale. Il solo fatto di essere "aria", di esistere come emissione d'onde sonore e di essere impalpabile materia fatta solo di frequenze e di timbri, la rende difficilmente classificabile. In realtà, fin dagli albori, la musica, e il canto, suo primo e naturale strumento, è stata concepita proprio come emulazione dei suoni della natura. Marta con la sua voce descriverà la natura per ritrovare in essa il nostro mondo interiore ed esteriore, emozionando.

Il progetto "De Montibus": accanto al noto e consolidato Porretta Soul Festival, punta alla crescita di eventi che si stanno imponendo nel tempo, con l'obiettivo di farne sempre più strumenti per l'incremento degli arrivi e dei pernottamenti sul territorio. Tra questi si ricordano il "Porretta Prog Festival" (rassegna di musica progressive), l'"Alto Reno Jazz Festival", il "Porretta Summer Festival" (rassegna di musica cantautorale), "A Castelluccio tra musica e natura" (scuola estiva dedicata alla musica classica) e il "Porretta Folk" (cartellone di eventi che vanno dal ballo liscio al festival della fisarmonica, alla rassegna internazionale di musiche e balli popolari).

## 2. Presentazione L'Appennino Ritrovato: escursioni, natura e cultura alla scoperta del territorio.

Ormai sono nove anni che il Comune di Alto Reno Terme, per il periodo estivo, finanzia un progetto di escursioni guidate nel territorio. Quest'anno, grazie al progetto assieme al Comune di Lizzano in Belvedere, il progetto si rinnova ampliando il territorio di competenza. Infatti una guida ambientale escursionistica, regolarmente autorizzata dalla Regione Emilia Romagna, ha predisposto ed organizzato visite guidate nei boschi, nei tantissimi borghi e luoghi caratteristici dell'Appennino Bolognese. Le escursioni guidate rappresentano certamente una modalità intelligente per stimolare un turismo di qualità e produrre conoscenza, attraverso la scoperta del territorio appenninico, così ricco di storia, di tradizioni, di arte e di bellezze naturali. Sarà realizzato un calendario escursionistico volto a permettere la scoperta dell'Appennino Tosco Emiliano, toccando in particolar modo il territorio comunale di Alto Reno Terme e Lizzano in Belvedere, ma anche i limitrofi Comuni di Castel di Casio, Gaggio Montano e Sambuca Pistoiese. Con le escursioni nel territorio appenninico, si vuole mettere in risalto le peculiarità territoriali naturali (attraverso i Parchi Naturali, la fauna, la flora, la geologia, i paesaggi, ecc.) le eccellenze storico artistiche, (attraverso i borghi, castelli, santuari, luoghi storici, ecc.) l'enogastronomia (attraverso la visita di aziende agricole, produttori diretti, caseifici, birrifici, ecc.).

Servizi a disposizione:

- Un calendario di due escursioni guidate a settimana nei mesi di luglio e agosto, programmate durante il week end, di difficoltà e durata variabile (da poche ore, mezza giornata o giornata intera) in modo da incontrare le esigenze di visitatori e famiglie senza allenamento particolare, ma anche l'interesse di escursionisti più esperti.
- Possibilità di escursioni guidate personalizzate (i clienti possono scegliere l'escursione in base ai propri interessi) contattando direttamente la Guida al di fuori delle escursioni programmate, utilizzando l'auto propria per gli spostamenti, generalmente di lunedì.
- La Guida, inoltre, rimarrà a disposizione del cliente per qualsiasi necessità turistica, grazie a una rete di contatti che permetta un'informazione territoriale, accessi privilegiati, possibilità di aperture di musei, chiese e santuari e quant'altro per la soddisfazione del cliente stesso.
- Il progetto sarà operativo nei mesi di luglio e agosto 2022.

## **AZIONI**

1. Piano strategico di promozione congiunta. La promozione dell'evento di interesse locale o di prossimità è volta a rilanciare e rafforzare l'immagine del territorio dei due Comuni coinvolti:

Lizzano in Belvedere e Alto Reno Terme attraverso specificità ed eccellenze in ambito musicale e naturalistico. I Comuni effettueranno quindi una promozione congiunta sia cartacea (necessaria in base al target di turisti presenti nel nostro territorio spesso anziani o famiglie) che utilizzando il web. Tale promozione prevederà la realizzazione di pieghevoli della rassegna musicale e delle escursioni nonché di locandine da affissione nei Comuni limitrofi da Pistoia a Bologna. I pieghevoli, invece, saranno distribuiti negli esercizi commerciali delle due cittadine, nonché consegnate ad ExtraBo per la promozione a Bologna, oltre che reperibili nei 4 uffici IAT e UIT presenti nel territorio e a disposizione di cittadini e turisti. Per quanto riguarda la promozione web, gli eventi verranno promossi e condivisi su tutti i social network a disposizione dei due Comuni (facebook, instagram, twitter) e sul portale turistico [www.discoveraltorenoterme.it](http://www.discoveraltorenoterme.it). Verranno informati delle iniziative Bologna Welcome ed ExtraBo per promuoverle anche all'interno dei loro spazi virtuali e non.

2. Tavolo turismo ristretto. Nei mesi precedenti agli eventi del progetto ci saranno riunioni tra i Sindaci, gli Assessori dei due Comuni, il personale degli uffici turistici coinvolti, le Pro Loco e associazioni coinvolte, nonché con gli organizzatori per decidere concretamente sull'organizzazione degli eventi, sulle risorse da impiegare e gli eventuali materiali richiesti.
3. Creazione di pacchetti turistici. Essendo gli eventi di richiamo turistico e di forte valenza culturale e grazie al gestore degli Uffici di Informazione di Alto Reno Terme, Appennino Slow, sarà possibile creare pacchetti a tema "musica e natura" di qualche giorno, comprendendo sia gli eventi della rassegna musicale che escursioni trekking oppure visite culturali ai luoghi simbolo delle nostre vallate creando una perfetta armonia tra i due sottoprogetti.
4. Realizzazione degli eventi in programma. Entrambi i sottoprogetti verranno realizzati tra luglio ed agosto e saranno fruibili anche congiuntamente grazie al coordinamento congiunto tra la Guida Turistica, il Direttore Artistico della rassegna musicale e i rappresentanti dei due Comuni.

## **MERCATI DI INTERVENTO E SEGMENTI DI DOMANDA**

Il turista delle nostre zone è prevalentemente un turista di prossimità, proveniente generalmente dalle zone confinanti, soprattutto dell'area bolognese e pistoiese. Si tratta quindi di mirare a segmenti di turisti individuali amanti dell'outdoor, famiglie che passano le loro vacanze nei nostri luoghi (sia nelle case di proprietà che non), persone interessate al termalismo oltre che alla musica e alla natura in senso più ampio. Quello che offriamo, infatti, è un'esperienza unica in un contesto attraente sia dal punto di vista naturalistico, che culturale, sportivo (percorsi e-bike, escursioni), enogastronomico e termale. Inoltre, grazie alla creazione di pacchetti turistici di durata modulabile basati sulle esigenze del turista, sarà possibile offrire esperienze in Appennino vendibili ad ExtraBo così come a Bologna Welcome. Non dimentichiamoci infatti della strategicità della nostra posizione: Porretta Terme è raggiungibile da Bologna con il treno ogni ora e, una volta arrivati, è possibile eventualmente raggiungere Lizzano in Belvedere utilizzando sia i mezzi pubblici che il servizio di trasporto a chiamata Colbus. I percorsi naturalistico - ambientali proposti in perfetta unione con eventi musicali e culturali, si svolgeranno in un contesto armonioso e sostenibile con ciò che ci circonda, rendendo l'offerta fruibile e soddisfacente nonché valorizzando la qualità del nostro territorio, polmone verde a due passi dalla città.

**COSTO TOTALE DEL PROGETTO € 34.680,00**

**SPESE AMMISSIBILI € 32.680,00**

**SPESE NON AMMISSIBILI € 2.000,00** (€ 1.000,00 per attività di gestione delle prenotazioni presso uffici IAT e € 1.000,00 di spese di commercializzazione-progettazione pacchetti)

**PUNTEGGIO 65/100**

**FASCIA DI VALUTAZIONE MEDIA**

**CONTRIBUTO CONCESSO € 10.130,80**

**15) Nuovo Circondario Imolese - *Be in wonderland – culture sport nature in Imola area***

**P.G. n. 64523/2021**

**ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO**

1. Comuni di Imola, Castel San Pietro Terme, Dozza, Casalfiumanese, Borgo Tossignano, Fontanelice, Castel del Rio, Medicina, Castel Guelfo, Mordano
2. Ente di Gestione Parchi e Biodiversità – Romagna
3. Oasi naturalistica il Quadrone (Coop. L.A.C.M.E.)
4. Autodromo Enzo e Dino Ferrari di Imola
5. Terme di Castel San Pietro
6. Enoteca Regionale dell'Emilia Romagna (Dozza)
7. ASCOM, CONFESERCENTI, CIA e COLDIRETTI Imola/Bologna
8. Aziende Agricole, strutture ricettive, ristoranti, operatori locali
9. Noleggiatori bike
10. Golf Club Le Fonti Castel San Pietro Terme
11. Consorzio del Marrone di Castel del Rio
12. Osservatorio Nazionale Miele
13. CONAPI Consorzio Nazionale Apicoltori
14. Consorzio Tutela Cipolla di Medicina
15. Istituto Alberghiero “Bartolomeo Scappi” di Castel San Pietro Terme
16. Guide turistiche e guide specializzate bike
17. Musei Civici Imola
18. Fondazione Dozza Città d'Arte
19. Ceas Nuovo Circondario
20. Associazione i Portici di Medicina
21. Associazioni Pro Loco dei Comuni del Circondario
22. CAI

**DESCRIZIONE SINTETICA**

I Comuni del Circondario, a seguito della sottoscrizione della convenzione per la gestione del turismo in forma associata, si sono impegnati nel trovare una formula identificativa ed identitaria per promuovere il turismo nell'area imolese; una formula innovativa ed originale che corrispondesse ai seguenti obiettivi:

- valorizzazione della dimensione territoriale, storico-culturale.
- valorizzazione della dimensione identitaria come realtà unica ed insieme degli elementi distintivi dei 10 comuni.
- valorizzazione di questi elementi come plus per l'attività turistica.

Il primo passo è stato quello di individuare un brand identity che riconducesse l'area imolese ad oggetto di un'esperienza fantastica e soggetto di un racconto reale e immaginario dalle mille sfaccettature da qui “BE IN WONDERLAND”.

Il progetto si propone di rafforzare questa neonata identità turistica unitaria e svilupparsi in quest'area territoriale ricca di particolarità tutte da scoprire. I Comuni del Circondario Imolese, oltre ad essere un'interessante meta di visita dal punto di vista storico/architettonico per la presenza di centri storici medievali, rocche, pievi, abbazie, palazzi, hanno produzioni agroalimentari tipiche di grande qualità strettamente collegate alle tradizioni culturali dei luoghi.

Inoltre, i territori sono accomunati dall'essere sede di molti percorsi bike e di numerosi “cammini” tra cui

Cammino della Linea Gotica, Alta Via dei Parchi, Cammino di Sant'Antonio, la Via dei Gessi e dei Calanchi, etc. che rappresentano una nuova e articolata proposta per la scoperta lenta dei territori e per il loro sviluppo sostenibile. Se mettersi in cammino è da sempre sinonimo di ricerca del senso dell'esistenza, ancor più oggi uscire dai propri confini, fisici e mentali, è la preconditione per ritrovare sé stessi, le proprie origini e per scoprire l'importanza di comunità custodi di antiche storie e tradizioni.

Ognuna delle attività ed iniziative organizzate diventa, quindi, l'occasione per confrontarsi a "passo lento" con le tradizioni dei luoghi, con la loro storia, la cultura e l'incredibile varietà delle produzioni tipiche della filiera corta di quest'area.

Il programma di attività mira a far emergere il grande patrimonio dei beni immateriali (arte, storia, tradizioni) presenti nei territori abbracciati dal Parco Regionale della Vena del Gesso Romagnola, con l'obiettivo finale di rendere questi luoghi riconoscibili per scoprire tipicità a 360° e attrarre il turista alla ricerca di mete meno usuali (località minori, borghi, percorsi, etc.) o il viaggiatore di prossimità desideroso di approfondire le proprie conoscenze. Si prevede di organizzare un programma di passeggiate, visite ed escursioni con servizio di accompagnamento (guide ambientali e/o turistiche e/o cicloturistiche) alla scoperta di BE IN WONDERLAND Culture Sport Nature in Imola area. Le eccellenze del territorio, come possono essere l'enogastronomia, la cultura, la storia, proposte e sviluppate attraverso percorsi a piedi, (itinerari di visite alle cantine e alle produzioni, degustazioni) tour guidati, che possono avvenire alla Vena del Gesso Romagnola anche integrando la ciclovia del Santerno e/o la Via dei Gessi, percorsi itineranti alla scoperta della storia che si nasconde nelle rocche, nei palazzi e nei castelli dislocati nel territorio; etc.).

Le attività che caratterizzano il progetto mirano a favorire processi di destagionalizzazione, nonché del turismo nelle località minori, che il turista sceglie in particolare per la possibilità di entrare in contatto con la natura e le tradizioni locali, per poter gustare cibi genuini, per poter effettuare esperienze legate ai temi dell'enogastronomia e per trovare offerte economiche più allettanti rispetto alle destinazioni più conosciute. Vi sono inoltre diverse finalità, legate alla crescita turistica/territoriale, che il progetto persegue con la realizzazione di questa progettazione integrata e condivisa in modo partecipato da tutti i Comuni coinvolti.

Nello specifico, le principali finalità sono:

- valorizzare tutto ciò che può generare attrattiva turistica, perché molti aspetti e opzioni presenti sul territorio, se per i residenti rappresentano la quotidianità, per i viaggiatori possono invece rappresentare elementi di grande attrazione ed interesse. Si pensi, ad esempio, all'opportunità di visitare piccoli borghi autentici coinvolti dal progetto, dove la vita è cadenzata da tempi e stili dove l'elemento socializzate e relazionale condiziona qualsiasi scelta;
- operare nella continua sperimentazione/creazione di prodotti turistici, perché il tema dell'innovazione deve essere centrale nell'attività di promozione;
- operare in maniera sempre più integrata, sia verticalmente che orizzontalmente. Si intende perseguire, in questo caso, la finalità di aggregare sia gli operatori che già rappresentano opzioni e servizi utili alla costruzione delle offerte/prodotti turistici (integrazione orizzontale sulla tematica turistica – prodotto), sia quella di aggregare ambiti territoriali che, sino ad oggi, hanno scarsamente dialogato tra di loro ma che possono essere l'un l'altro di supporto reciproco (integrazione verticale sulle tematiche territoriali – destinazione);
- innalzare il grado di turisticità, perché il territorio ed i suoi residenti devono assumere maggiore consapevolezza sul valore – sociale, economico, culturale, etc. – che può generare l'incremento dei flussi turistici.

## AZIONI

1. Ideazione di itinerari tematici opportunamente studiati per garantire l'accessibilità anche ad un'utenza diversamente abile;
2. inserimento degli itinerari all'interno dei siti turistici dei Comuni e degli altri portali turistici della

- destinazione (eXtraBO, IF, Bologna Welcome, Situr, ecc.) tenendo conto dei criteri di accessibilità;
3. realizzazione e stampa materiali promozionali dedicati (depliant, brochure, mappe, video, gadget, etc.);
  4. attivazione di campagne di web marketing e social marketing
  5. realizzazione di due mini- press tour per giornalisti/blogger

### **MERCATI DI INTERVENTO**

Le azioni del progetto si rivolgono prevalentemente al turista italiano, anche di prossimità (Province e Regioni limitrofe).

### **SEGMENTI DI DOMANDA**

Le azioni sono studiate per un target orientato prioritariamente alla visita dei piccoli borghi, di aree poco conosciute anche se di prossimità, aree rurali e appenniniche, dei parchi naturali ed oasi protette, lungo cammini e vie storiche, ciclovie e strade a basso traffico, nei luoghi di benessere a 360°. Un target non solo individuale ma anche di famiglie e piccoli gruppi.

**COSTO TOTALE DEL PROGETTO € 10.000,00**

**SPESE AMMISSIBILI € 10.000,00**

**PUNTEGGIO 65/100**

**FASCIA DI VALUTAZIONE MEDIA**

**CONTRIBUTO CONCESSO € 3.100,00**

**16) Associazione Montagnamica – Forni e fornai 2022****P.G. n. 65226/2021****ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO**

1. Comunità Slow Food Del Grano Dell'alto Appennino tra Bologna e Firenze
2. Slow Food Italia
3. Comune di Monghidoro
4. Unione delle Valli Savena-Idice
5. Open Fields
6. Arcoiris
7. Associazione e Bene Venga Maggio

**DESCRIZIONE SINTETICA**

Dopo il successo dell'edizione di quest'anno di FORNI E FORNAI tenutosi il 19/20 giugno a Monghidoro (vedi programma su <https://www.comunitagranoalto.it/forni-e-fornai-2021>), abbiamo deciso di proseguire e rafforzare la collaborazione con la Comunità Slow Food del Grano dell'Alto Appennino tra Bologna e Firenze (che d'ora in poi chiameremo Comunità Grano Alto).

Il progetto Sotto la Crosta (oggetto del PTPL 2021) prosegue comunque, ma avendo trovato un partner privato (casa di produzione Undervilla), che si è impegnato a reperire fondi per la sua realizzazione nel rispetto degli obiettivi della nostra associazione e della Comunità Grano Alto, abbiamo deciso di concentrare le nostre attività di fund raising appunto sull'evento FORNI E FORNAI Che si terrà sempre nei Comuni di Monghidoro, Loiano, Monzuno e Monterenzio il 21/22 maggio.

Come premesso, l'edizione 2021 ha portato la presenza di oltre 400 partecipanti, estremamente qualificati, provenienti da tutta Italia e, nonostante le problematiche dovute all'emergenza sanitaria, anche da alcuni paesi esteri. L'evento ha portato alla permanenza nel territorio di gran parte dei partecipanti per più giorni e ha permesso di far conoscere agli stessi un territorio che dal punto di vista naturale, rurale e enogastronomico ha moltissimo da offrire. Il fatto poi che i partecipanti avessero un profilo estremamente in target ha permesso di offrire esperienze dal punto di vista qualitativo molto alto. Stiamo a tutt'oggi ricevendo richieste di informazioni su progetti futuri. Abbiamo quindi deciso di dare maggiore forza all'evento, istituendo un comitato organizzatore che vede tra l'altro la collaborazione di una rappresentante di Slow Food New York in modo da garantire una presenza estera all'evento, una sorta di gemellaggio dell'Appennino Bolognese con il mondo Slow Food newyorchese che crediamo ci permetterà di interloquire con organizzazioni analoghe in America, e comunque all'estero.

La formula verrà ampliata rispetto allo scorso anno e prevede oltre ai dibattiti aperti anche dei workshop rivolti al pubblico e ai professionisti. Vogliamo venga rafforzata la presenza di specialisti del settore (agronomi/e, agricoltori/trici, mugnai/e, fornai/e) che intervengano con approccio aperto e informale al fine di divulgare le loro conoscenze ad un pubblico appassionato di natura, agricoltura e cibo, valorizzando e promuovendo gli elementi identitari del territorio.

Saranno previste delle visite guidate in campo per riconoscere le varietà dei cereali, visite ai vecchi mulini ancora esistenti, visite ai forni comuni di alcune borgate (in questo caso avremo la collaborazione dell'Associazione E BENE VENGA MAGGIO che attraverso l'esecuzione dal vivo della musica popolare locale ci aiuterà a descrivere meglio il contesto tradizionale e storico dell'Appennino bolognese). Queste visite guidate permetteranno di attraversare il nostro territorio attraverso itinerari a piedi (anche coadiuvati da guide escursionistiche specifiche per portatori di disabilità motorie e visive) e in bicicletta. Saranno coinvolti i ristoranti della zona nell'ideazione di menù legati ai prodotti locali e verranno coinvolte le strutture alberghiere

e i bed and breakfast che aderiranno ad un servizio colazione che preveda unicamente prodotti locali, prevedendo inoltre un kit di benvenuto in collaborazione con i produttori dell'Appennino Bolognese. Il tutto nel rispetto dell'ambiente riducendo al limite prodotti usa e getta e packaging superflui e comunque utilizzando materiali compostabili. Anche quest'anno è previsto un mercato contadino espressione dell'eccellenza enogastronomica dell'Appennino emiliano.

## **AZIONI**

1. Incontri organizzativi mensili, coordinati dalla Strada dei Vini e dei Sapori con il coinvolgimento di tutti gli attori della filiera locale cerealicola, dei componenti della Comunità Grano Alto e dei produttori enogastronomici dell'Appennino bolognese.
2. Organizzazione dell'anagrafica raccolta in occasione dell'edizione 2021 al fine di realizzare una newsletter mensile di informazione e aggiornamento su cosa accadrà durante l'evento che ci aiuterà a raccogliere suggerimenti e proposte da un pubblico interessato più grande.
3. Traduzione di tutti contenuti digitali in lingua inglese (la newsletter sarà in doppia lingua in modo da coinvolge anche il pubblico estero)
4. Elaborazione del programma e definizione degli ospiti e dei media partner (nazionali e esteri – con focus su enogastronomia ma anche life style)
5. Elaborazione di un menù (in doppia lingua) in coordinamento con i ristoratori locali
6. Elaborazione di una proposta di accoglienza (colazione e kit di benvenuto) insieme alle strutture ricettive
7. Organizzazione del mercato contadino: selezione dei produttori, studio dell'allestimento del mercato

## **MERCATI DI INTERVENTO E SEGMENTI DI DOMANDA**

L'evento è rivolto a appassionati di enogastronomia e rural experience, turismo lento, professionisti del settore (agronomi, genetisti, agricoltori, mugnai, fornai, ...) ma anche semplici appassionati (ricercatori, home bakers, curiosi, cuochi, ...).

**COSTO TOTALE DEL PROGETTO € 15.860,00**

**SPESE AMMISSIBILI € 15.860,00**

**PUNTEGGIO 55/100**

**FASCIA DI VALUTAZIONE BASSA**

**CONTRIBUTO CONCESSO € 2.458,30**

**17) Associazione turistica Pro Loco di Castel San Pietro Terme APS - *L'Antico Castello - Dante primo turista tra Emilia e Romagna***

**P.G. n. 64079/2021**

**ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO**

1. Associazione Pro Loco Borgo Tossignano (BO)
2. Associazione Pro Loco Castel Del Rio (BO)
3. Associazione Pro Loco Castel Guelfo di Bologna (BO)
4. Associazione Pro Loco Medicina (BO)
5. Associazione Pro Loco Ozzano dell'Emilia (BO)
6. Associazione Pro Loco Casola Valsenio (RA)

**DESCRIZIONE SINTETICA**

Il progetto "L'Antico Castello" Dante Primo Turista tra Emilia e Romagna, giunto alla sua XII edizione, intende proseguire nella propria azione di valorizzazione della testimonianza e del racconto di un "Dante uomo e viaggiatore", curioso osservatore di stili di vita, ambienti urbani e naturalistici, sempre con il taccuino degli appunti al seguito per fissare nella memoria tempi, usi e costumi, come Dante stesso racconta nella "Vita nuova".

Dante è considerato a pieno titolo uno dei primi turisti d'Italia e, seguendo le sue orme, intendiamo ripercorrere il suo cammino e i racconti delle aree ad est di Bologna, citate nei suoi scritti.

Grazie a questa sua categorizzazione il progetto (è stato inserito già nel 2020 e nel 2021 nella programmazione eventi "Viva Dante 700" del Comune di Ravenna, per celebrare l'anniversario del VII centenario dalla morte di Dante Alighieri (1265—1321), con uno sguardo attento alla sostenibilità e al turismo slow. Nell'edizione 2022, la manifestazione verrà realizzata nei giorni 11, 12, 13 novembre a Castel San Pietro Terme e aree limitrofe, con momenti culturali e turistici tra storia, arte, enogastronomia, visite guidate ed intrattenimenti. Partendo dalle tematiche legate ai viaggi del Sommo Poeta, andremo alla scoperta anche di altri personaggi che hanno fatto la storia del nostro territorio, immergendosi in un'esperienza storico—culturale ricca ed innovativa. Il progetto vedrà nella data del 25 marzo 2022 "Dantedi" una preview degli eventi, con contenuti inediti e approfondimenti online.

Il progetto vede la direzione scientifica del Prof. Angelo Chiaretti, noto studioso di Dante, autore di molteplici pubblicazioni e insignito della medaglia del Presidente della Repubblica per meriti culturali. Il progetto ha la finalità di valorizzare il patrimonio storico, culturale, artistico, sociale ed ambientale del territorio, divenendo un valido strumento di incoming per la città di Castel San Pietro Terme e le aree limitrofe. L'intento è quello di promuovere un turismo esperienziale e family friendly, che ci permetta di calarci in un tempo passato e assaporare il valore autentico della realtà che si sta visitando. Ciò contribuisce a trasmettere e divulgare i valori identitari del territorio, coinvolgendo contemporaneamente le strutture ricettive, gli esercizi commerciali, la ristorazione e i vari attori della comunità, in sinergia con le Linee Pluriennali della Destinazione Turistica Metropolitana. Tale progettualità vuole qualificare l'offerta turistica del territorio, rilanciando e promuovendo il patrimonio immateriale e le eccellenze locali, per aumentare la permanenza media dei turisti in loco, in un momento dell'anno che si colloca al di fuori della normale stagionalità dei flussi turistici. Il progetto è da sempre patrocinato dal Comune di Castel San Pietro Terme e fa parte del ricco calendario di eventi del Bacchanale del Comune di Imola. Inoltre, come già anticipato, è inserito da due anni nel calendario degli eventi danteschi del Comune di Ravenna. Nel 2022 chiederemo nuovamente i patrocini sopra citati, in modo da valorizzare la promozione e promo-commercializzazione turistica dell'evento verso un pubblico sempre più ampio e coinvolgendo flussi turistici a livello locale, regionale e nazionale.

L'evento sarà promosso attraverso i seguenti canali:

- Stampa di materiali promozionali cartacei (locandine, pieghevoli, ecc.);
- Banner pubblicitari e manifesti per gli spazi di affissione pubblica;
- Programma, approfondimenti e contenuti veicolati attraverso i siti web istituzionali e social network di Pro Loco Castel San Pietro Terme, Comune di Castel San Pietro Terme e degli altri soggetti coinvolti (IF Imola Faenza Tourism Company, ExtraBo);
- Comunicati stampa;
- Spazi pubblicitari e/o redazionali su stampa locale e nazionale

## AZIONI

Predisposizione di percorsi turistici e visite outdoor alla scoperta di luoghi inediti, personaggi ed antiche testimonianze del territorio. In particolare, si esploreranno aree di interesse naturalistico e storico-culturale dei Comuni interessati dal progetto, andando alla ricerca di materiali, curiosità, personaggi storici, antichi mestieri, luoghi inediti, antiche lavorazioni artigiane e prodotti locali. Scopriremo curiosità e storie su personaggi che hanno fatto la storia del nostro territorio, le tecnologie legate agli antichi mestieri, i metodi di trasformazione dei prodotti agricoli, la gestione delle acque (canali, chiuse, mulini). Inoltre, ci sarà un focus particolare sulle modalità storiche di scansione del tempo lavorativo e festivo (gnomone, clessidre, meridiane, campane, orologi). Le visite guidate, con prenotazione obbligatoria, permetteranno di calarsi in un'esperienza da vivere a 360°, tra storia, cultura, natura e tipicità, valorizzando un turismo slow, sostenibile, legato al benessere e alla conoscenza genuina del territorio.

Installazione di mostre artistiche pittoriche e sculture a tema dantesco presso la Sala di Arte Contemporanea di Via Matteotti 79 e l'edificio "Ex Stazione delle Corriere" di Piazza Martiri Partigiani a Castel San Pietro Terme. Le mostre, di elevato livello artistico—culturale, intendo esplorare le tematiche dantesche e non solo, attraverso i linguaggi espressivi della pittura e della scultura, fornendo uno sguardo sempre nuovo all'oggetto del progetto. Le mostre saranno ad accesso gratuito e fruibili al pubblico per tutto il weekend dell'evento.

Conferenze, presentazioni di libri ed incontri tematici con ospiti di rilievo, dedicati alla figura di Dante "uomo e turista", che con i suoi compagni ha attraversato il territorio tra Emilia e Romagna, raccontando nei suoi appunti di viaggio suggestioni, emozioni e conoscenze. Workshop in merito a tematiche collegate alle azioni di progetto (personaggi, tecnologie, misurazione del tempo).

Organizzazione di eventi in Centro Storico a Castel San Pietro Terme, in particolare nella giornata di domenica 13 novembre con la manifestazione denominata "L'Antico Castello si anima per l'intera giornata". Passeggiando lungo le strade e sotto i portici, si riscoprirà la storia e le origini della città, con mostre dedicate, esposizioni a tema, antichi mestieri, arcieri, falconeria, armigeri, giochi del passato e antiche ricette. Verranno presentate lavorazioni come l'essiccazione di erbe officinali ed essenze, la tessitura a telaio, l'allevamento del baco da seta, la macerazione della canapa e la tintura dei tessuti con erbe come il guado (*Isatis tinctoria*), che una volta macerata conferiva una tinta verde-azzurra. Sarà predisposta un'area ristoro promossa anche nella programmazione del Bacchanale di Imola dal titolo "Antichi sapori in Piazza", con ricette a tema utilizzando prodotti a km 0. Nell'arco della giornata le varie Pro Loco coinvolte promuoveranno i propri eventi e presenteranno le proprie tipicità ed eccellenze.

Accoglienza turistica di qualità e promozione dei materiali divulgativi cartacei e digitali dedicati alla commercializzazione della realtà territoriale, integrati fra le varie Pro Loco e fruibili anche in lingua inglese per coinvolgere flussi turistici sempre più ampi. Ciò permetterà al turista di organizzare anche in autonomia tour della zona, lasciandosi coinvolgere dalle molteplici proposte di percorsi e idee di visita, a piedi, in bicicletta, in camper o in auto a seconda dei propri interessi, seguendo vari filoni tematici proposti in queste giornate (storico-culturale, naturalistico, enogastronomico).

## **MERCATI DI INTERVENTO**

Il progetto si rivolge principalmente ad un turismo di prossimità, regionale e nazionale, data la vicinanza dell'area con il Capoluogo di Regione e le infrastrutture aeroportuali e dell'Alta Velocità ferroviaria, con possibilità di allargare ulteriormente la promozione verso il turismo internazionale. L'area territoriale di Castel San Pietro Terme si trova sull'asse della Via Emilia SS9 ed è facilmente raggiungibile in auto (Autostrada A14), tramite mezzi pubblici (Linee TPER e treni regionali), taxi e dispone di un'area camper attrezzata presso il Parcheggio di Viale Oriani. Da qui è possibile raggiungere con facilità le aree territoriali limitrofe coinvolte nel progetto.

## **SEGMENTI DI DOMANDA**

I segmenti di domanda prevalenti saranno quelli di turismo individuale, familiare o di piccoli gruppi organizzati, interessati principalmente agli aspetti storico-culturali e naturalistici del territorio, affiancate da proposte enogastronomiche di qualità. L'attenzione particolare rivolta al visual e social media marketing, che affiancherà la promozione tradizionale e la produzione di materiale cartaceo, permette il coinvolgimento anche i nuovi segmenti di popolazione più giovane, raggiungendo un target nuovo ed interessante.

**COSTO TOTALE DEL PROGETTO € 10.883,00**

**SPESE AMMISSIBILI € 10.883,00**

**PUNTEGGIO 40/100**

**FASCIA DI VALUTAZIONE BASSA**

**CONTRIBUTO CONCESSO € 1.686,87**

## **18) Città metropolitana di Bologna nel ruolo di Destinazione turistica**

### **ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO**

Comuni e Unioni di Comuni del territorio, Comuni di Firenze, Prato, Pistoia, Regione Emilia Romagna, APT Servizi Srl, Club Alpino Italiano, e altri soggetti che a vario titolo operano in ambito turistico.

### **DESCRIZIONE SINTETICA DEL PROGETTO**

La Destinazione turistica, coerentemente con quanto realizzato nelle annualità precedenti, propone nell'annualità 2022 la realizzazione di azioni di comunicazione e promozione integrate e trasversali a supporto dell'offerta turistica del territorio, anche attraverso progettualità che accrescono l'attrattività per turisti ed escursionisti del nostro tessuto locale e iniziative che si inseriscono nei filoni di prodotto caratterizzanti la destinazione, a partire dall'Outdoor action&slow e dal Food&Wine.

Al fine di sostenere l'attrattività e la qualificazione dell'offerta territoriale attraverso lo sviluppo di strategie trasversali e condivise attente alla sostenibilità, si propone di supportare Accordi territoriali di sviluppo, con particolare attenzione ai Cammini.

Dal punto di vista degli strumenti e delle attività di comunicazione, la Città metropolitana prevede per il 2022 la realizzazione di azioni mirate di branding turistico e di sviluppo e miglioramento di strumenti di comunicazione perché possano sempre più rispondere a criteri di efficacia e alle esigenze informative e promozionale del comparto turistico. In questo senso di particolare interesse sono i progetti relativi allo storytelling della destinazione e al visual marketing.

Inoltre, al fine di proseguire le azioni di promozione dell'offerta locale, con particolare riferimento al filone food, anche per il 2022 la Città metropolitana sosterrà la promozione e comunicazione di due iniziative consolidate e patrocinate da Città metropolitana di Bologna.

In primo luogo, Città metropolitana anche per il 2022 vuole supportare la promozione degli eventi e delle iniziative dedicate alle produzioni enogastronomiche tipiche, tematica trasversale all'intera destinazione, attraverso la realizzazione del pieghevole Sagre e feste nel territorio bolognese, realizzato in edizioni bimestrali dalla Città metropolitana e pubblicato sul web. Come per il 2021, il numero delle edizioni e la loro eventuale stampa anche in formato cartaceo dipenderà dall'andamento della pandemia e dalla possibilità di realizzazione delle sagre almeno per parte del 2021.

L'altro progetto consolidato, che mira alla promozione di un prodotto eccellente del territorio quale il Tartufo bianco dei Colli bolognesi, è Tartufesta che rappresenta l'appuntamento enogastronomico autunnale di punta dell'Appennino bolognese nei mesi di ottobre e novembre. Il programma delle iniziative, che interessa il territorio dell'appennino bolognese nei mesi di ottobre e novembre, raccoglie in un calendario condiviso iniziative a cura dei Comuni del territorio quali mercatini, visite guidate, menù a tema negli stand e nei ristoranti. La Città metropolitana da un lato vuole supportare la promozione del calendario di iniziative, dall'altro supportare i Comuni in ottica di continua qualificazione dell'offerta.

Con riferimento al tema outdoor, si intende sostenere lo storico progetto Trekking col treno patrocinato da Città metropolitana di Bologna realizzato in collaborazione con il CAI, che prevede un ricco programma di escursioni che prevedono l'utilizzo dei mezzi pubblici per il raggiungimento del punto di partenza e che portano alla scoperta dell'intero territorio metropolitano. Per questa iniziativa, Città metropolitana di Bologna si occupa principalmente delle azioni di definizione del calendario e promozione attraverso sito web dedicato.

Infine, dato il perdurare dello scenario pandemico che, anche se sicuramente migliorato, ci accompagnerà quantomeno all'avvio del nuovo anno, la Città metropolitana valuta necessario prevedere interventi puntuali, in stretta coerenza con il presente programma, a sostegno del territorio e di specifici progetti territoriali, qualora

si palesino eventuali criticità o specifiche esigenze correlate alla contingenza attuale, riconoscendo prioritari il turismo outdoor active&slow e i mercati di prossimità.

**COSTO TOTALE DEL PROGETTO € 50.000,00**

**SPESE AMMISSIBILI € 50.000,00**

**CONTRIBUTO € 48.721,51**

<b>P.T.P.L. 2022 FILONE 2</b>							
<b>n.</b>	<b>Soggetto richiedente</b>	<b>Progetto</b>	<b>Piano finanziario iniziale</b>	<b>Spesa ammessa</b>	<b>Punteggio ottenuto</b>	<b>Fascia di valutazione</b>	<b>Contributo concesso</b>
1	Comune di Sasso Marconi	Fotogrammi: storie in Appennino	€ 38.000,00	€ 38.000,00	85	ALTA	€ 17.100,00
2	Imola Faenza Tour	Heritage collection: passeggiate patrimoniali nell'area imolese	€ 8.381,40	€ 6.870,00	85	ALTA	€ 3.091,50
3	Unione Appennino Bolognese	Lagolandia 2022	€ 37.820,00	€ 37.820,00	85	ALTA	€ 17.019,00
4	Unione Reno Galliera	Educare il territorio: tour ed esperienze per lo sviluppo di servizi turistici nell'Unione Reno Galliera	€ 7.999,48	€ 7.999,48	85	ALTA	€ 3.599,77
5	Unione Savena-Idice	Scoprire il territorio tra il Savena e l'Idice con la e-bike	€ 18.300,00	€ 18.300,00	85	ALTA	€ 8.235,00
6	Comune di Castenaso	Alti e Bassi, dalla collina alla pianura – II edizione	€ 28.600,00	€ 28.600,00	85	ALTA	€ 12.870,00
7	Comune di Dozza	FANTASTIKA Il volo del drago – VI edizione della Biennale d'illustrazione	€ 40.000,00	€ 40.000,00	80	MEDIA	€ 12.400,00
8	Comune di Zola Predosa	Zola Jazz & Wine...nel territorio - 22^ edizione	€ 31.000,00	€ 29.000,00	80	MEDIA	€ 8.990,00
9	Comune di Castel San Pietro Terme - Outdoor tours	Outdoor Tours: turismo sostenibile ed esperienziale	€ 40.000,00	€ 40.000,00	80	MEDIA	€ 12.400,00
10	Yoda APS	IT.A.CÀ migranti e viaggiatori: festival del turismo responsabile	€ 30.900,00	€ 30.900,00	80	MEDIA	€ 9.579,00
11	Comune di Castel San Pietro Terme - Notte celeste	La Notte Celeste 2022 – Terme in Festa	€ 20.000,00	€ 20.000,00	70	MEDIA	€ 6.200,00
12	Comune di Imola	Baccanale 2022, Rassegna culturale ed enogastronomica	€ 40.000,00	€ 40.000,00	70	MEDIA	€ 12.400,00
13	Unione Appennino Bolognese	Appennino in tavola	€ 24.400,00	€ 24.400,00	70	MEDIA	€ 7.564,00

14	Comune di Alto Reno Terme	Musica e Natura in Appennino	€ 34.680,00	€ 32.680,00	65	MEDIA	€ 10.130,80
15	Nuovo Circondario Imolese	Be in wonderland – culture sport nature in Imola area	€ 10.000,00	€ 10.000,00	65	MEDIA	€ 3.100,00
16	Associazione MontagnAmica	Forni e fornai 2022	€ 15.860,00	€ 15.860,00	55	BASSA	€ 2.458,30
17	Associazione Turistica PRO LOCO Castel San Pietro Terme APS	L'Antico Castello – Dante primo turista tra Emilia e Romagna	€ 10.883,00	€ 10.883,00	40	BASSA	€ 1.686,87
18	Città metropolitana di Bologna	Comunicazione e promozione turistica	€ 50.000,00	€ 50.000,00			€ 48.721,51
<b>TOTALI</b>			<b>€ 486.823,88</b>	<b>€ 481.312,48</b>			<b>€ 197.545,75</b>